

Владимир МАГУН  
Максим РУДНЕВ

## Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами<sup>1</sup>

Данная статья – первая российская публикация, основанная на данных «Европейского социального исследования» – международного сравнительного проекта, осуществляемого в 25 европейских странах (<http://www.europeansocialsurvey.org>).

В России Европейское социальное исследование проводится Институтом сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ), национальный координатор – А.В. Андреевкова ([www.cessi.ru](http://www.cessi.ru)).

**Введение.** Настоящая статья посвящена сравнению сегодняшних ценностей россиян с ценностями жителей других европейских стран. Во множестве публикаций широко обсуждается вопрос о сходствах и отличиях культурно-психологических характеристик россиян и других европейцев, и эти обсуждения являются частью более широкой полемики о путях развития России. Новые возможности для обоснованных сравнений российского населения с населением других европейских стран появились благодаря вступлению нашей страны в число участников «Европейского социального исследования» (European Social Survey – ESS) – масштабного международного проекта, все участники которого действуют, соблюдая строгие методологические требования<sup>2</sup>. Россия присоединилась к этому международному проекту с третьего раунда; опросы в рамках данного раунда проведены в 25 европейских странах, они стартовали в сентябре 2006 и завершились в начале 2007 г. В России опрос прошел в сентябре 2006 – январе 2007 г., в нем приняло участие 2 437 респондентов.

<sup>1</sup> Авторы выражают глубокую благодарность Институту сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ) и лично В.Г. Андреевкову и А.В. Андреевковой 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.

<sup>2</sup> Jowell R., Roberts C., Fitzgerald R. and Eva G. (editors). *Measuring Attitudes Cross-Nationally: Lessons from the European Social Survey*. London: Sage Publications, 2007.

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 три страны, входившие в состав бывшего СССР.

В России была реализована стратифицированная многоступенчатая выборка; на последней ступени для отбора респондента в домохозяйстве использовались случайные числа. Были предприняты специальные усилия, чтобы в выборку попали все запланированные респонденты – для достижения каждого из них интервьюеры должны были совершить до 5 подходов.

Для исправления выборочных смещений по отношению к генеральной совокупности массивы большинства стран были перевзвешены<sup>3</sup>. Один из способов обойти возможные выборочные искажения – это провести межстрановые сравнения, контролируя гендерные, возрастные и другие «анкетные» характеристики респондентов, что снимает вопрос о соотношении представителей соответствующих групп в совокупном массиве. Такой контроль является сущностью процедуры регрессионного анализа, и результаты этого анализа будут приведены в статье.

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,

<sup>3</sup> В российской выборке меньше мужчин, чем в генеральной совокупности населения России, и она смещена по сравнению с генеральной совокупностью 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.: *Vasja Vehovar, Tina Zupanec. Weighting in the ESS – Round 2* (рукопись, 2007); *Jaak Billiet. Population base weights as estimation and adjustments for bias R1 & R2. Review and some results* (неопубликованная презентация, 2007).

что мы здесь изучаем *индивидуальные* ценности. (Это утверждение не противоречит тому факту, 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.

Недавно мы выполнили аналогичную работу на материалах второго раунда Европейского социального опроса (2004–2005 гг.)<sup>4</sup>, 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 значений по 24 странам. Можно полагать, что и российские ценности сильно отличаются от жизненных приоритетов жителей других европейских стран с развитой капиталистической экономикой и длительными демократическими традициями. К такой гипотезе подталкивают и выводы тех сравнительных международных исследований, в которых прямо использовались данные о российских ценностях<sup>5</sup>. Но все эти выводы строились 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 посмотреть, из каких именно внутристрановых подгрупп с точки зрения разделяемых ими ценностей состоит российское население. Вообще, мы предполагаем, что при сравнении ценностей на уровне отдельных индивидов и групп обнаружится гораздо большая общность между жителями разных стран, чем при анализе на страновом уровне<sup>6</sup>.

В рамках ESS для измерения ценностей применялась модификация Портретного ценностного вопросника (Portrait Values Questionnaire) Ш. Шварца<sup>7</sup>. Как и другие его методики<sup>8</sup>, вопросник построен на основе разработанной Шварцем классификации ценностей (см. табл. 1); ключевым в ней является выделение 10 типологических ценностных индексов (Шварц называет их «латентными мотивационными типами ценностей»)<sup>9</sup>.

Респондентам предлагалось 21 описание людей, характеризующихся теми или иными ценностями (см. табл. 1), и каждый из этих портретов респондент должен был оценить

<sup>6</sup> Это было видно уже при анализе украинских данных: 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 В., Руднев М.* Жизненные ценности населения Украины).

<sup>7</sup> *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; *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.

<sup>8</sup> Их описание на русском языке содержится в работе В. Карандашева (*Карандашев В.Н.* Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. — СПб.: Речь, 2004). Опыт применения этих методик, адаптированных для русскоязычных респондентов, описан Н.Лебедевой (*Лебедева Н.М.* Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре // *Психологический журнал*. — Том 22. — 2001. — № 3), а также М. Бобневой и Е.Дорофеевым (*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), Е.Белинской (*Е.Л. Белинская.* Система ценностей личности в перспективе толерантности (<http://www.tolz.ru/library/?id=436>, ссылка верна на 23.01.08), О. Тихомандрицкой и Е. Дубовской (*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).

<sup>9</sup> *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.* 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.

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

<sup>5</sup> См., напр.: *Inglehart, R., Baker, W. E.* Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values // *American Sociological Review*. 2000. Vol. 65. P. 19–51.

по 6-бальной 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 похож на меня» (2 балла), «совсем не похож на меня» (1 балл)<sup>10</sup>. Ценность Универсализма измерялась с помощью трех описаний, все остальные ценности — с помощью двух описаний каждая.

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 направленностью на выявление именно индивидуальных, личных ценностей людей<sup>11</sup>.

В опросах третьего раунда ESS в 2006–2007 гг. участвовали 25 стран, но в статье будут рассмотрены только данные по 20 европейским странам — те, что были опубликованы к моменту написания статьи. Ценности россиян будем здесь сравнивать с ценностями жителей Бельгии, Болгарии, Великобритании, Венгрии, Германии, Дании, Испании, Кипра, Норвегии, Польши, Португалии, Румынии, Словакии, Словении, Финляндии, Франции, Швейцарии, Швеции и Эстонии.

В ходе анализа мы увидели, что эстонскую выборку целесообразно разделить по этническому признаку на основе ответа респондентов на вопрос о предпочитаемом языке общения в домашней обстановке. Соответственно были выделены респонденты, принадлежащие к эстонскому («титольному») этносу («эстонговорящие») и к русским жителям Эстонии («русскоговорящие»)<sup>12</sup>. Подобное разделение часто применяется и в других социологических исследованиях; в данном случае цель его состояла в том, чтобы проверить, в какой степени

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> 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 R. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies.* Princeton, NJ: Princeton University Press, 1997).

<sup>12</sup> Более подробно различия в ценностях между эстонговорящими и русскоговорящими жителями Эстонии рассмотрены в работе: *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).*

этническая общность русских эстонцев с русскими, живущими в России, будет сказываться на общности их ценностей<sup>13</sup>.

Число респондентов, ответивших на вопросы методики Шварца, колебалось в зависимости от содержания вопроса; в России, например, ценностный индекс Власти был вычислен для 2 413 респондентов, а индекс Гедонизма — только для 2 395 (напомним, что общий объем российской выборки — 2 437 человек). На Кипре число ответивших по разным ценностным индексам колебалось от 983 до 995 респондентов, в Германии — от 2 889 до 2 896. Во всех случаях, когда будем называть численность респондентов по стране или региону, ориентируемся на минимальную численность ответивших.

По итогам опроса мы получали для каждого респондента 21 оценку значимости каждой из тех ценностей, что были включены в анкету, по шкале от 1 до 6. В некоторых расчетах использовались эти исходные оценки, но поскольку они взаимосвязаны, то на их основе вычислялись также уже упомянутые 10 типологических ценностных индексов.

Для расчета индексов недостаточно просто вычислить среднюю по двум (или трем) составляющим его компонентам. 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 оценки<sup>14</sup>. И поэтому возникает задача «очистки» (отделения) содержательных показателей от влияния этого 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*<sup>15</sup>. Поправка на этот

<sup>13</sup> Разделение населения прибалтийских стран по этническому признаку при анализе ценностей сделано по совету Ш. Шварца. Наши попытки разделить население Украины по региональному признаку, равно как и разделение немецкой выборки на восточно- и западногерманскую, при сравнении ценностей не дали столь ярких различий.

<sup>14</sup> Один из недавних обзоров по этой теме: *Smith P.B. Acquiescent Response Bias as an Aspect of Cultural Communication Style // Journal of Cross-cultural Psychology. Vol. XX. 2003. № 10.*

<sup>15</sup> *Schwartz, S.H. Instructions for Computing Scores for the 10 Human Values and Using them in Analyses // Documentation for ESS-1, 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 и Эстонии (титольный этнос), более всего — жители Кипра, Словении, Венгрии, Испании и Польши, а жители России, вместе с жителями Германии, Великобритании, Словакии, Швейцарии, Румынии и Болгарии характеризуются средними значениями показателя *mrat*.*

показатель осуществляется с помощью вычитания показателя *mgat* из средних по двум (или трем) исходным оценкам. Эта процедура получила название центрирования. Таким образом, значения каждого из 10 ценностных индексов — это центрированные средние двух или трех исходных оценок, а содержательно — это *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 (*mgat*), 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 будут использоваться *нецентрированные* показатели, это специально оговаривается. Так, например, при вычислении интегральных ценностных факторов использовались нецентрированные показатели, поскольку факторный анализ сам выполняет функцию автономизации («очистки») содержательных характеристик ценностей от особенностей стиля реагирования.

Предшествующие исследования Ш. Шварца показали, что 10 типологических индексов тоже определенным образом связаны между собой. Они объединяются в четыре более крупные категории ценностей (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» и «Традиция», к противоположной по смыслу категории «Открытость изменениям» относятся ценности «Риск-новизна»<sup>16</sup>, «Самостоятельность» и «Гедонизм» и эти две категории образуют первую ценностную ось — «Открытость изменениям — Сохранение». Вторая ось — «Выход за пределы своего «Я» — Самоутверждение» отражает оппо-

<sup>16</sup> В терминологии Ш. Шварца эта ценность называется «Стимуляция» («Stimulation»)

зицию ценностных категорий «Самоутверждение» (куда входят ценности «Власть-богатство»<sup>17</sup> и «Достижение») и «Выхода за пределы своего «Я»» (куда входят ценности «Универсализм» и «Благожелательность»).

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.

Иерархия ценностных показателей, отображенная в таблице 1, построена на основе предшествующих исследований Шварца. Мы проверили, в какой мере структура этих показателей воспроизводится на массивах второго<sup>18</sup> и третьего раунда ESS. В обоих этих массивах проведенный факторный анализ 21 исходного ценностного показателя продемонстрировал наличие двух интегральных ценностных факторов, по основному содержанию совпадающих с ценностными осями, описанными Шварцем. Содержательным стержнем первого фактора является противостояние ценностей Открытости изменениям и Сохранения, а основным смыслом второго — противостояние ценностей Выхода за пределы своего «Я» и Самоутверждения.

Таким образом, имеется несколько возможностей для межстрановых и межиндивидуальных сравнений — эти сравнения можно осуществлять на основе исходных вопросов анкеты (напомним, что всего их 21), на основе укрупненных ценностных типов (их 10), далее — на основе 4 еще более укрупненных ценностных категорий и, наконец, воспользовавшись всего двумя биполярными ценностными факторами (или осями). В конструировании 10 типологических индексов мы будем следовать алгоритму Шварца, а интегральные факторные индексы будем строить, исходя из той структуры, которая получена в ходе факторного анализа исходных данных, имеющих непосредственно в данном массиве<sup>19</sup>.

**Сравнение России с другими европейскими странами по 10 типологическим ценностным индексам, интегральным ценностным осям (факторам) и ценностным профилям.** Сравним Россию с отдельными европейскими странами по каждому из 10 описанных выше типологических ценностных индексов. Среднее по России

<sup>17</sup> В терминологии Ш. Шварца эта ценность называется «Власть» («Power»).

<sup>18</sup> Магун В., Руднев М. Жизненные ценности населения Украины: сравнение с 23 другими европейскими странами. Статья вторая.

<sup>19</sup> Из-за недостатка места мы не приводим здесь факторную матрицу, желающие могут запросить ее у авторов.

Таблица 1  
ИЕРАРХИЯ ЦЕННОСТНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ИЗМЕРЯЕМЫХ МЕТОДИКОЙ Ш. ШВАРЦА

Ценностные оси («факторы»)	Укрупненные категории ценностей	Типологические ценностные индексы	Исходные высказывания, предлагавшиеся респондентам*
Открытость изменениям	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.
Самостоятельность	Риск-новизна	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.
		Гедонизм	Ему нравятся неожиданные; 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.
Выход за пределы своего «Я» – Самутверждение	Само-утверждение	Достижение	Для него важно хорошо проводить время. Ему нравится себя баловать. Он ищет любую возможность повеселиться. Для него важно заниматься тем, что доставляет ему удовольствие.
		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.
	Благожелательность	Благожелательность	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.
		Выход за пределы своего «Я»	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.
	Универсализм	Универсализм	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

значение каждого из 10 ценностных индексов попарно сопоставлялось с аналогичными средними по каждой из европейских стран с помощью процедуры однофакторного дисперсионного анализа (ANOVA). Статистическая значимость межстрановых различий фиксировалась с помощью критерия Тамхена ( $p < 0,05$ ).

В таблице 2 описаны итоги этих сравнений. Из этого описания видно, что большинство различий России по ценностным индексам с другими европейскими странами статистически значимо, и, следовательно, эти ценностные показатели среднего россиянина, как и ожидалось, чаще отличаются, чем совпадают с ценностями «средних» представителей других стран.

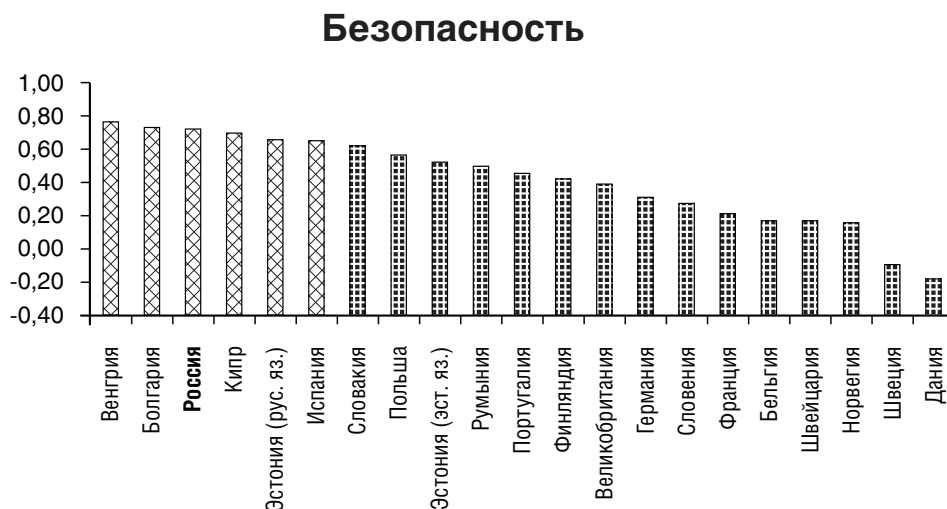
По 8 из 10 ценностным индексам Россия занимает крайние или близкие к крайним позиции среди 20 европейских стран, и поэтому в каждом из этих 8 случаев большинство отличий российского населения от населения других стран однонаправлены. Так, например, по ценности Власть-богатство россияне отличаются от 17 стран из 19, а также от титульного населения Эстонии и все эти отличия – в сторону большей значимости ценности Власть-богатство для российского населения. Следует, правда, иметь в виду, что Россия, как правило, делит свою позицию с другими странами. Например, по средней значимости индекса Безопасности Россия стоит на 3-м месте среди других стран. В действительности же это крайнее положение, поскольку две

страны, которые формально опережают Россию, статистически не отличаются от нее (критерий Тамхена,  $p < 0,05$ ). Значимо не отличаются от России и русскоговорящие эстонцы, а также население Кипра и Испании, занимающие по ценности Безопасности 4-е, 5-е и 6-е места.

Рисунки 1–10 являются графическим сопровождением таблицы 2. На этих рисунках приведены средние значения ценностных индексов в каждой из 20 стран, включенных в Европейское социальное исследование. На графиках страны ранжированы в порядке убывания важности соответствующей ценности; объемы выборок колеблются от 983 (Кипр) до 2 889 (Германия). Штриховка столбиков позволяет увидеть, с какими странами у России есть статистически значимые отличия (их штриховка отличается от российской), а с какими нет.

На рисунках 1 и 4–10 Россия сдвинута к одному из краев, и это значит, что по соответствующим ценностям ее средние показатели либо, как правило, опережают, либо, как правило, отстают от средних показателей других стран. А на рисунках 2 и 3 (ценности «Конформность» и «Традиция») Россия расположена примерно в середине диапазона – значит, по каждой из этих ценностей имеется заметное число таких стран, которые статистически значимо опережают Россию, и таких, которые отстают от нее по среднему значению ценностного индекса.

Рисунок 1  
СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ИНДЕКСА «БЕЗОПАСНОСТЬ» В 20 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ



⊠ Статистически значимые отличия с Россией отсутствуют

Рисунок 2

**СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ИНДЕКСА «КОНФОРМНОСТЬ» В 20 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ**



Рисунок 3

**СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ИНДЕКСА «ТРАДИЦИЯ» В 20 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ**



Рисунок 4

**СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ИНДЕКСА «САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ» В 20 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ**

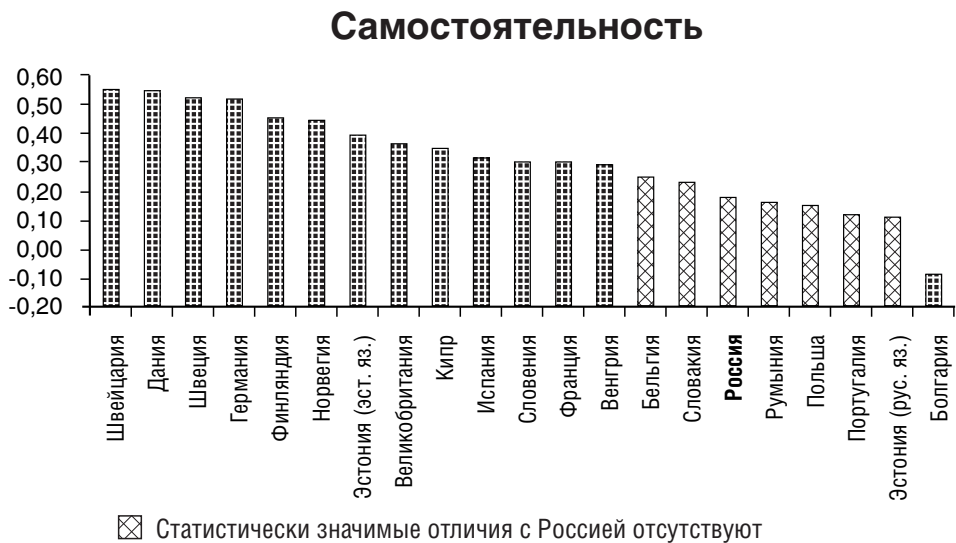


Рисунок 5

**СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ИНДЕКСА «РИСК-НОВИЗНА» В 20 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ**



Рисунок 6

**СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ИНДЕКСА «ГЕДОНИЗМ» В 20 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ**



Рисунок 7

**СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ИНДЕКСА «ДОСТИЖЕНИЕ» В 20 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ**

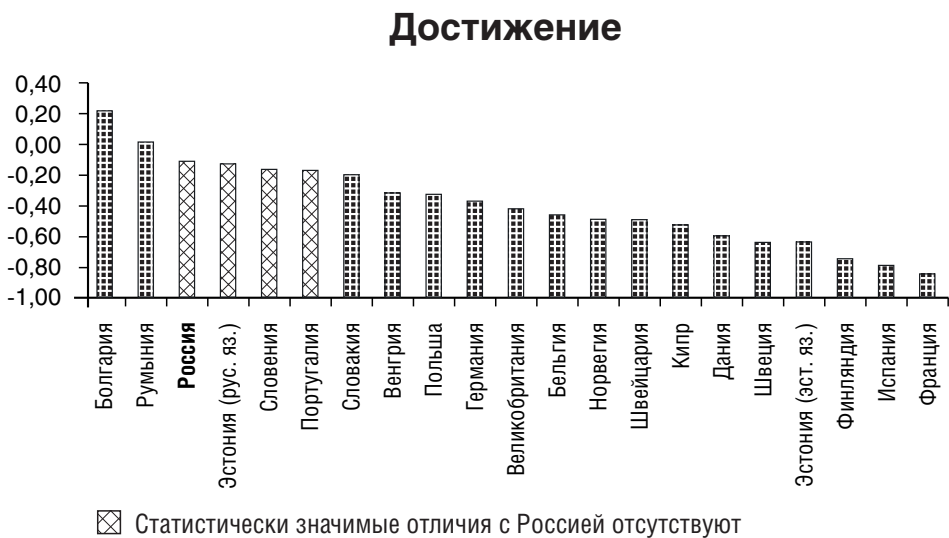




Рисунок 8

**СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ИНДЕКСА «ВЛАСТЬ-БОГАТСТВО» В 20 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ**



Рисунок 9.

**СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ИНДЕКСА «БЛАГОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ» В 20 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ**



Рисунок 10

**СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ИНДЕКСА «УНИВЕРСАЛИЗМ» В 20 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ**



## СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ 10 ТИПОЛОГИЧЕСКИХ ЦЕННОСТНЫХ ИНДЕКСОВ В РОССИИ И РЕЗУЛЬТАТЫ СРАВНЕНИЯ РОССИИ С ДРУГИМИ СТРАНАМИ С ПОМОЩЬЮ ПРОЦЕДУРЫ ANOVA

Ценностные оси (факторы)	Названия укрупненных ценностных категорий	Названия типологических ценностных индексов	Средние значения ценностных индексов, баллы Россия, N = 2395	Характеристика положения России в сравнении с другими европейскими странами на основе средних значений*
Сохранение	Сохранение	Безопасность	0,72	Россия опережает все страны, кроме Венгрии, Болгарии, Кипра и Испании, с которыми нет значимых различий. Нет значимых различий также и с русскоговорящими эстонцами.
		Конформность	-0,15	Россия занимает среднюю позицию, не тяготеет к полюсам; отстает от 7 стран и от титульного этноса Эстонии, опережает 5 стран, нет значимых различий с 6 странами – Данией, Словенией, Бельгией, Великобританией, Швецией, Португалией, а также с русскоговорящими эстонцами.
		Традиция	0,08	Россия занимает среднюю позицию, не тяготеет к полюсам; отстает от 6 стран и опережает 6 других, нет значимых различий с 7 странами – Словенией, Венгрией, Францией, Бельгией, Эстонией (включая и русских, и эстонцев), Румынией и Швейцарией.
Открытость изменениям	Открытость изменениям	Самостоятельность	0,18	Россия смещена к нижнему краю диапазона европейских стран, упорядоченных по среднему значению этой ценности. Отстает от 12 стран, а опережает всего одну – Болгарию. Нет значимых различий с 5 странами – с Бельгией, Словакией, Румынией, Польшей, Португалией, а также с русскоговорящей Эстонией. Титульный этнос Эстонии, как и респонденты большинства других стран, опережает россиян по выраженности этой ценности.
		Риск-новизна	-0,88	Россия смещена к нижнему краю диапазона, отстает от населения 12 стран, а также от эстонговорящих эстонцев. Нет значимых различий с населением 6 стран – Швейцарии, Португалии, Германии, Румынии, Испании, Венгрии, а также с русскоговорящим населением Эстонии.
Самоутверждение	Самоутверждение	Гедонизм	-0,66	Россия смещена к нижнему краю диапазона, отстает от населения 14 стран Европы, а также от эстонговорящих эстонцев. Опережает население 2 стран – Румынии и Польши. Нет значимых различий с населением Болгарии, Словакии, а также с русскоговорящим населением Эстонии.
		Достижение	-0,11	Россия характеризуется почти самой высокой значимостью этой ценности среди европейских стран, опережая 14 стран, а также титульное население Эстонии. Сильнее, чем у россиян, эти ценности выражены только у жителей Болгарии и Румынии. Нет значимых различий у России со Словенией, Португалией и русскоязычным населением Эстонии.
Выход за пределы своего «Я» – Самоутверждение	Выход за пределы своего «Я» – Самоутверждение	Власть-богатство	-0,20	Вместе с Румынией и русскоязычными эстонцами Россия имеет наивысшие значения и опережает 17 остальных стран, а также представителей титульного этноса Эстонии.
		Благожелательность	0,37	Россия (вместе со Словакией, Румынией, а также с русскоговорящим населением Эстонии) характеризуется самыми низкими значениями среди европейских стран. Она отстает от 16 других стран, а также от титульного населения Эстонии.
Выход за пределы своего «Я» – Самоутверждение	Выход за пределы своего «Я» – Самоутверждение	Универсализм	0,41	Россия (вместе с населением Венгрии, Словении, Болгарии, Словакии, Румынии, Кипра, а также с русскоговорящим населением Эстонии) характеризуется самыми низкими значениями среди европейских стран, а также от титульного населения Эстонии.

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

На основе попарных сравнений российской и населения с населением других стран можно сделать следующие выводы.

1) По ценностям, образующим ось «Открытость изменениям — Сохранение»:

Россия превосходит большинство стран по выраженности ценностного индекса «Безопасность», входящего в категорию «Сохранение», но занимает среднее положение по выраженности двух других ценностей — «Конформность» и «Традиция», — входящих в ту же категорию. По выраженности ценностей, входящих в категорию «Открытость изменениям», Россия, наоборот, уступает большинству стран (см. рисунки 4–6 с графиками ценностей «Самостоятельность», «Гедонизм» и «Риск-новизна») <sup>20</sup>.

Кроме того, важно отметить, что по всем ценностям, относящимся к этой оси, средние российские оценки всякий раз оказываются неотличимы от значительного числа других стран, что указывает на заметную степень общности в отношении этой группы ценностей между россиянами и другими европейцами.

2) По ценностям, образующим ось «Выход за пределы своего “Я” — Самоутверждение»:

Россия занимает крайние или близкие к крайним позиции по средней выраженности каждого из 4 ценностных индексов, образующих эту ось (рисунки 7–10). Ценности «Власть-богатство» и «Достижение» (образующие категорию «Самоутверждение»), выражены у россиян *сильнее*, чем у жителей большинства других рассматриваемых стран, а ценности «Универсализм» и «Благожелательность» (образующие противоположную категорию «Выход за пределы своего “Я”») выражены, наоборот, *слабее*, чем в большинстве других стран. Вывод о сильной выраженности у россиян ценности «Власть-богатство» согласуется с тем фактом, что на всем протяжении 1990-х гг. по ценностным показателям «материализма» и «ориентации на выживание», разработанным Р. Инглхартом, Россия устойчиво находилась в числе мировых лидеров <sup>21</sup>. Он согласуется также и с выводами о дальнейшем

усилении «материалистической» мотивации россиян в 2000-е годы <sup>22</sup>.

Важно отметить также, что по всем ценностям (кроме Универсализма), относящимся к этой оси, средние российские оценки значительно отличаются почти от всех рассматриваемых стран, что указывает на значительную специфику сегодняшней России в степени выраженности этих ценностей.

Описав результаты попарных сравнений среднего россиянина со средними представителями других европейских стран на основе 10 типологических ценностных индексов, перейдем теперь к *сравнениям по ценностным осям (факторам)*, относящимся к наиболее высокому уровню интеграции ценностных характеристик (см. табл. 1). Это позволит дать более целостную характеристику российского населения.

На рисунке 11 показано положение России и 19 других европейских стран в пространстве двухценностных 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 «Выход за пределы своего “Я” — Самоутверждение»: чем выше на графике расположена точка, тем более значимы для населения соответствующей страны ценности Самоутверждения и менее значимы ценности Выхода за пределы своего «Я».

Как видим, Россия занимает по вертикали почти крайнее верхнее положение, а по горизонтали — срединное. Иными словами, население России (если сравнивать его с населением других стран на основе средних величин) характеризуется срединным положением в ценностной оппозиции «Открытость изменениям — Сохранение» и одной из самых высоких ориентаций на ценности Самоутверждения (в ущерб ценностям Выхода за пределы своего «Я»).

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 13 других стран! По степени выраженности ценностей Открытости — Сохранения россияне

<sup>20</sup> 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 В.С. Динамика трудовых ценностей российских работников: 1991–2004 гг. // Российский журнал менеджмента. 2006. № 4).

<sup>21</sup> Андреевкова А.В. Материалистические/постматериалистические ценности в России // Социологические исследования. 1994. № 11; Inglehart R. Modernization and Postmodernization; Inglehart R., Baker W.E. Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values.

<sup>22</sup> Магун В.С. Динамика трудовых ценностей российских работников: 1991–2004 гг.

попадают в одну категорию с очень разными странами: с Германией, Норвегией, Швейцарией, Великобританией, Словенией, Бельгией, Францией, Португалией, Румынией, Эстонией (включая и русскоговорящих, и титульный этнос), Финляндией, Венгрией и Словакией.

Что же касается ценностей «Выход за пределы своего «Я» – Самоутверждение», то в этом отношении средний россиянин гораздо более своеобразен – только с русскоговорящими жителями Эстонии у России нет статистически значимых различий<sup>23</sup>.

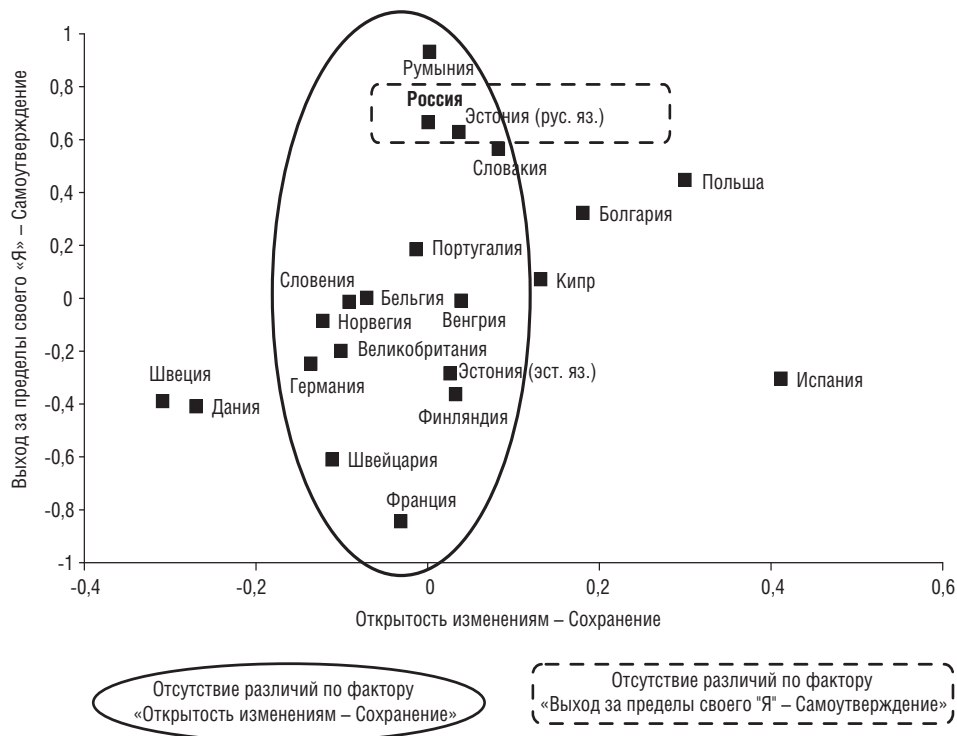
В целом, как видим, ценностная характеристика населения России, полученная на основе межстранового сравнения интегральных факторов, согласуется с той, что была дана выше на основе сравнения 10 типологических ценностных индексов, и является ее интегральным выражением. Так же, как и сравнение индексов, сравнение факторов показало, что по одной группе ценностей («Открытость изменениям – Сохранение») Россия сегодня близка широкому кругу европейских стран, а по другой группе ценностей («Выход за пределы своего «Я» – Самоутверждение») – заметно отличается от большинства из них.

Итак, осуществлено попарное сравнение России с другими странами по частным ценностным индексам и по интегральным ценностным показателям (осям или факторам). А в какой степени совпадают или отличаются в различных странах профили, составленные из 10 ценностных индексов, то есть иерархии ценностей?

На рис. 12 приведены ценностные профили населения России и нескольких других стран – участниц исследования. Из этого рисунка видно, что наиболее значима для населения России ценность Безопасности, второе-третье места делят Универсализм и Благожелательность, на четвертом месте – Самостоятельность, на пятом – Традиция. Средние значения всех этих ценностей, занимающих верхнюю половину ценностной иерархии, положительны, следовательно, в целом, в сравнении с общероссийской средней по всем 10 ценностям (эта средняя для централизованных показателей равна нулю), россияне придают им больше значение.

Средние величины следующих пяти ценностей, находящихся в нижней половине ценностной иерархии, отрицательны. Это означает, что в целом, в сравнении с общероссийской средней по всем 10 ценностям (то есть со страновым

Рисунок 11  
ПОЛОЖЕНИЕ 20 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН В ПРОСТРАНСТВЕ ДВУХ ИНТЕГРАЛЬНЫХ ЦЕННОСТНЫХ ФАКТОРОВ, СРЕДНИЕ ОЦЕНКИ ПО СТРАНАМ



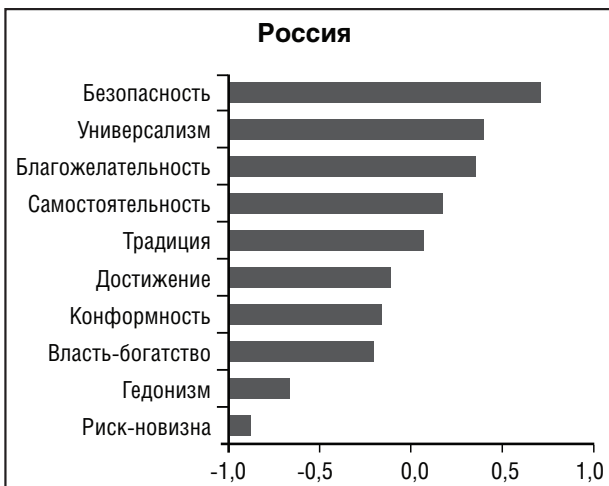
<sup>23</sup> Все описанные сравнения средних по интегральным ценностным факторам осуществлялись с помощью процедуры ANOVA, применялся критерий Тамхена,  $p < 0,05$ .

фоном), россияне придают им меньшее значение. Шестое, седьмое и восьмое места делят Достижение, Конформность и Власть-богатство, а на девятом и десятом местах – ценности Гедонизма и Риска-новизны.

Обратим внимание, что сравнительная значимость одной ценности относительно других ценностей *внутри страны* часто не совпадает с ее сравнительной важностью относительно важности этой же ценности *в других странах*. Иными словами, иерархическое положение ценности в какой-либо стране не эквивалентно ее «географическому» положению. Как видно из российского профиля (рисунок 12), для среднего россиянина Универсализм и Благожелательность более важны, чем Власть-богатство и Достижение, но *в сравнении с другими странами* значимости Универсализма и Благожелательности выражены в России, наоборот, слабее, а значимость Власти-богатства и Достижения – сильнее (см. рис. 7–10). (С последним обстоятельством связаны различия в *степени* приоритетности ценностей в разных странах. В частности, Универсализм и Благожелательность важнее Власти-богатства и Достижения не только для россиян, но и для жителей других европейских стран, в том числе Дании и Швеции. Но если сравнить ценностные профили этих стран, тоже изображенные на рис. 12, с российским, то бросается в глаза, что в Дании и Швеции первые две ценности превосходят вторую пару ценностей гораздо сильнее, чем в России.)

Рисунок 12

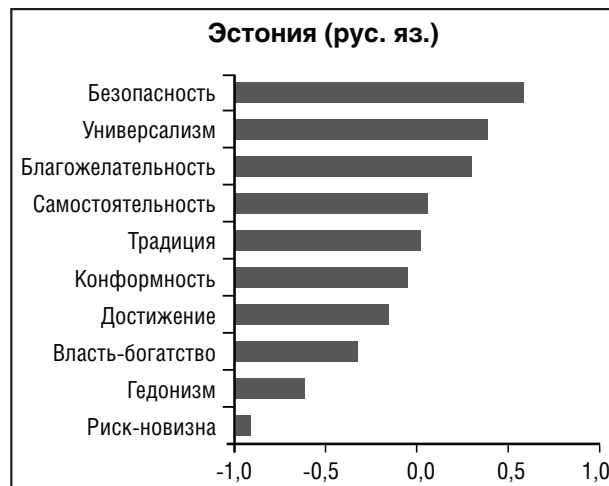
**ИЕРАРХИИ ЦЕННОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ, ЭСТОНИИ, СЛОВАКИИ, РУМЫНИИ, ФРАНЦИИ, ДАНИИ И ШВЕЦИИ**  
(средние по странам значения 10 ценностных индексов, упорядоченные по убыванию)



N = 2395

Для сравнения с Россией были выбраны страны, чьи профили, судя по коэффициентам ранговой корреляции, особенно близки либо, наоборот, наиболее далеки от российского. Так, гамма-коэффициенты между ценностными профилями среднего россиянина и профилями тех, кто особенно похож на него, равны 0,96 (с русскоговорящим населением Эстонии), 0,91 (с жителями Словакии), 0,86 (с населением Румынии); все перечисленные коэффициенты значимы при  $p < 0,001$ . Коэффициенты ранговой корреляции гамма между профилем среднего россиянина и профилями тех, кто на него наименее похож, заметно ниже и равны 0,42 (со шведами), 0,42 (с датчанами), 0,55 (с французами); при  $p < 0,05$  первые два коэффициента статистически не значимы, а третий – статистически значим. Гамма-коэффициент между средним россиянином и средним представителем титульного этноса Эстонии равен 0,64 (статистически значим при  $p < 0,01$ ).

В целом, как видим, даже самые непохожие на российский ценностные профили достаточно близки к нему, о чем свидетельствуют положительные знаки всех гамма-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 0,42 до 0,96, причем большинство коэффициентов статистически значимы при  $p < 0,01$  или при более строгом уровне значимости<sup>24</sup>.)



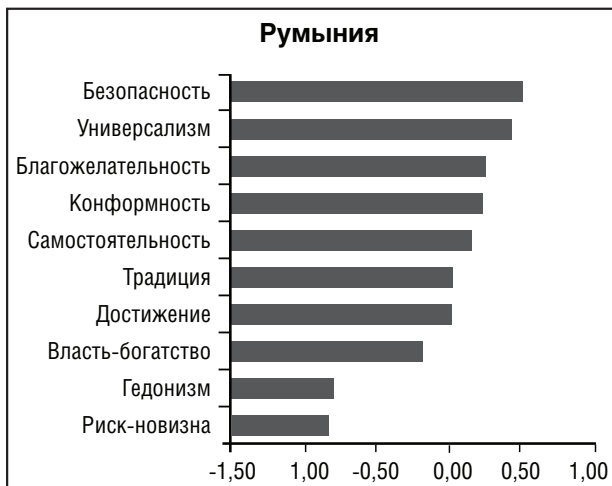
N = 525

<sup>24</sup> Положительно и, как правило, статистически значимо коррелируют между собой вообще все ценностные профили рассматриваемых европейских стран.

Продолжение рис. 12



N = 1745



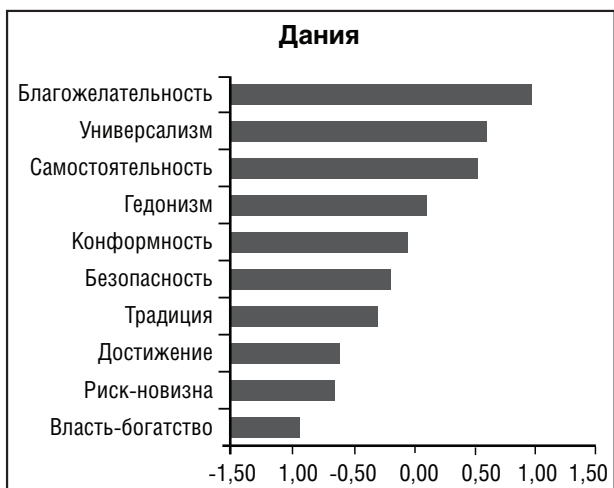
N = 2108



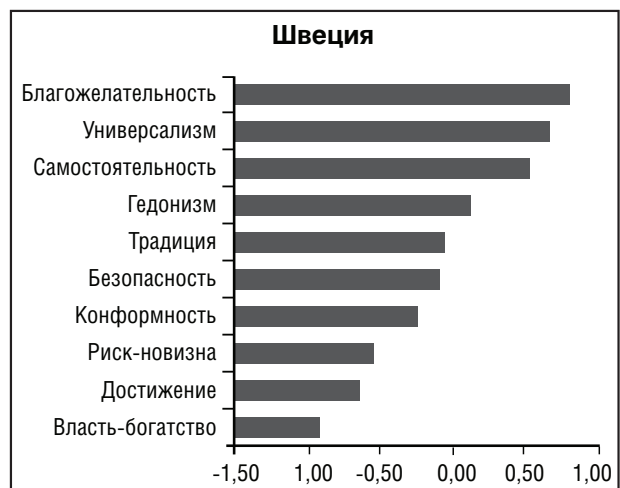
N = 949



N = 1983



N = 1464



N = 1606

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 которого слабее выражены потребности в новизне, творчестве, свободе и самостоятельности и которому менее свойственна склонность к риску, стремление к веселью и удовольствиям. В то же время сходная выраженность перечисленных ценностей характерна и для представителей ряда других европейских стран, причем не только постсоциалистических.

Средний россиянин сегодня сильнее, чем жители большинства рассматриваемых европейских стран, стремится к богатству и власти, а также к личному успеху и социальному признанию (но при этом ни успех, ни способы его достижения не ассоциируются с новациями и творчеством). Естественно, что при более сильной, чем в других странах, ориентации на индивидуальное самоутверждение в сознании среднего россиянина остается 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 (более низкие, чем в других странах, значения «Универсализма») и даже для беспокойства и заботы о тех, кто его непосредственно окружает (более низкие значения «Благожелательности»). В рассматриваемом массиве оказалось немного стран, близких к России по степени выраженности этого комплекса ценностей.

Приведенная выше характеристика близка к той, что мы по итогам предыдущего раунда опросов дали обобщенному представителю Украины<sup>25</sup>, 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 ценностной оси «Открытость изменениям — Сохранение», нежели по ценностям «Выхода за пределы своего «Я» — Самоутверждения», но степень общности

<sup>25</sup> Магун В., Руднев М. Жизненные ценности населения Украины: сравнение с 23 другими европейскими странами // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2007. № 3, № 4.

в этом отношении с другими европейцами у россиян 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 интенсивность 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» ценностей<sup>26</sup>.

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<sup>27</sup>. На этом фоне 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<sup>28</sup>. Тот факт, что сегодня Россия по показателю «Выход за пределы своего «Я» — Самоутверждение» опережает почти все остальные страны — симптом того, что сдвиг российского общества

<sup>26</sup> Важно подчеркнуть, что речь идет не обо всех индивидуалистических ценностях, а только о ценностях Достижения и Власти-богатства, которые наиболее явно связаны с конкуренцией между людьми («игрой с нулевой суммой») и потому наиболее явно противостоят ценностям Благожелательности и Универсализма. 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 слабее, чем у большинства других европейцев.

<sup>27</sup> См.: 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.

<sup>28</sup> Магун В.С. Ценностный реванш в современном российском обществе // Куда идет Россия?.. Альтернативы общественного развития. Вып. 1 / Под ред. Т.И. Заславской и Л.А. Арутюнян. М., 1994.

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 стремления 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 интегральному 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.

Данный раздел был посвящен сравнению средних значений ценностей в России и других странах. Каждая страна при этом способе анализа была представлена одним числом, и мы намеренно игнорировали *внутристрановые* различия между индивидами, создавая

в то же время благоприятные условия для обнаружения *межстрановых* различий. Но даже при таком методе сравнения удалось выявить *сходства* между странами и по 10 типологическим индексам, и по двум интегральным ценностным осям (факторам). По-видимому, эти сходства еще усилятся при переходе от агрегированного (странового) анализа данных к анализу на уровне отдельных индивидов.

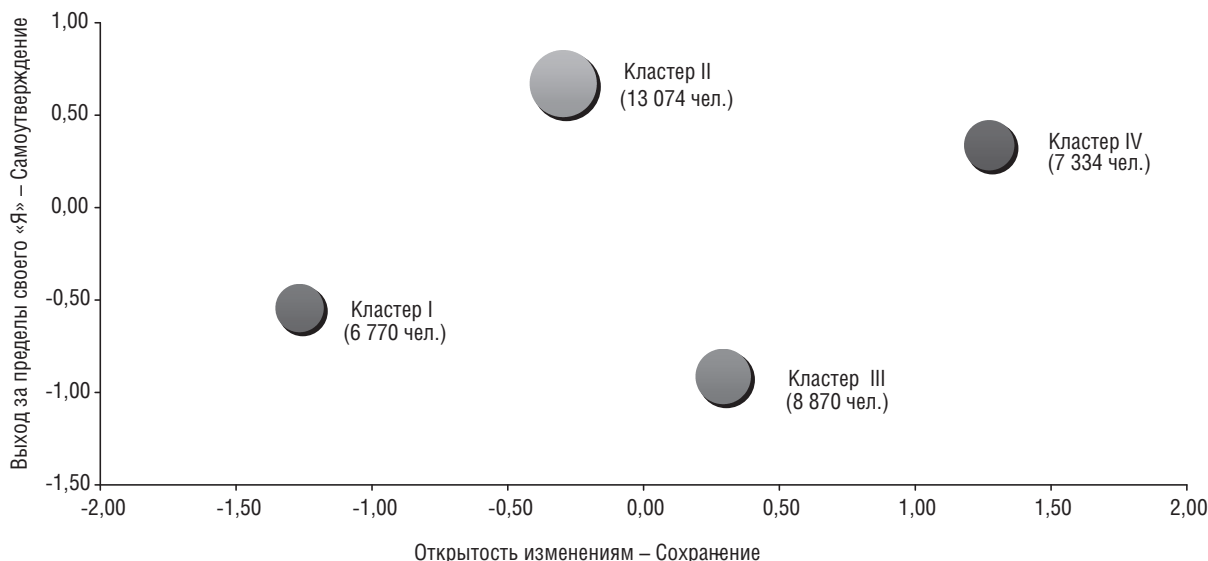
«**Деконструкция стран**», или типология респондентов без учета их страновой принадлежности. В сравнениях и классификациях, описанных в предыдущем разделе, в качестве единиц анализа выступали агрегированные объекты – целые страны; мы принимали как само собой разумеющееся, что ценности отдельных респондентов, отвечавших на вопросы анкеты, определяются страной, в которой они живут. А что произойдет, если при классификации людей на основе их ценностей отказаться от этой страновой презумпции и рассматривать отдельных участников исследования как самостоятельные единицы, не связывая их с самого начала определенной страновой идентичностью? Мы полагаем, что 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 показателей по 10 центрированным

Рисунок 13

### ПОЛОЖЕНИЕ ЧЕТЫРЕХ КЛАСТЕРОВ В ПРОСТРАНСТВЕ ЦЕННОСТНЫХ ФАКТОРОВ.

Положение кластера определяется средними оценками входящих в него респондентов; размер «пузырьков» пропорционален числу респондентов в кластерах.





ценностным индексам, 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 6 770 (18%), в кластере II – 13 074 (36%), в кластере III – 8 870 (25%) и в кластере IV – 7 334 (20%) респондента.

На рисунке 13 показано расположение 4 кластеров в пространстве уже знакомых нам интегральных ценностных показателей – «Открытость изменениям – Сохранение» и «Выход за пределы “Я” – 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 наибольшей степени, чем у представителей трех других типов, выражены ценности Открытости изменениям (в ущерб ценностям Сохранения) и весьма сильно (средне-высоко) выражены ценности Выхода за пределы своего «Я» (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 «Выход за пределы своего “Я” – Самоутверждение». *Кластер III* на рисунке располагается почти напротив второго кластера, принадлежащие ему респонденты характеризуются тоже срединным положением по оси «Открытость – Сохранение» (чуть более, чем контингент второго кластера, сдвинутым в сторону Сохранения) и крайне выраженной ориентацией на ценности Выхода за пределы своего «Я» (в ущерб ценностям Самоутверждения). *Кластер IV* на рисунке располагается по диагонали от кластера I и характеризуется крайне высокой значимостью ценностей Сохранения (в ущерб Открытости изменениям), а также средне-высокой значимостью ценностей Самоутверждения (в ущерб ценностям Выхода за пределы своего «Я»). 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 «Выход за пределы своего

“Я” – 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 учитывалась только выраженность у них 10 ценностных индексов, а страновая принадлежность во внимание не принималась. Но все же интересно – есть ли какая-то закономерность в том, как распределены по кластерам жители различных стран? Ответ на этот вопрос содержится в таблице 3, 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 20 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.

В *кластере I*, члены которого, напомним, в среднем характеризуются крайне высокой ценностью «Открытости» и средне-высокой ценностью «Выхода за пределы “Я”», лидируют Дания, Швейцария и Германия – они «вносят» в состав кластера более четверти своего населения, а наименьшую по сравнению с другими странами долю своего населения вносят три постсоциалистические страны – Польша, Румыния и Словакия, взнос каждой из них – менее 10% населения. В целом в данном кластере оказалось 18% всей выборки, он по численности наименьший среди четырех<sup>29</sup>. 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 Румыния и Словакия, а также примкнувшая к ним Португалия (каждая из них «вносит» в состав кластера более половины своего населения!), а наименьший вклад (не более четверти своего населения) вносят, наоборот, Дания и Швейцария, а также Франция и Финляндия (в целом данный кластер самый большой, в нем оказалось 36% всей выборки). Участники *кластера III*, как уже говорилось, характеризуются срединным положением по оси «Открытость – Сохранение» и крайне

<sup>29</sup> 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).

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ КАЖДОЙ ИЗ 20 СТРАН ПО КЛАСТЕРАМ, ПОСТРОЕННЫМ ПУТЕМ КЛАССИФИКАЦИИ РЕСПОНДЕНТОВ НА ОСНОВЕ ИХ ЦЕННОСТЕЙ,  
% ПО СТРОКЕ\***

Страна	Кластер I: Крайне высокая ценность «Открытости» и средне-высокая ценность «Выхода за пределы своего «Я»»				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 «Выхода за пределы своего «Я»»		Кластер IV: Крайне высокая ценность «Со- хранения» и средне-высокая значимость ценностей «Са- моутверждения»		Число респон- дентов
	23	31	34	12	31	34	12	31			
Бельгия	23	31	34	12	31	34	12	31	12	1797	
Болгария	15	37	16	32	37	16	32	37	32	1370	
Великобритания	24	31	27	18	31	27	18	31	18	2367	
Венгрия	18	41	29	13	41	29	13	41	13	1476	
Германия	<u>25</u>	32	28	16	32	28	16	32	16	2900	
Дания	<u>30</u>	<b>25</b>	33	12	<b>25</b>	33	12	<b>25</b>	12	1469	
Испания	12	27	34	28	27	34	28	27	28	1868	
Кипр	14	39	23	23	39	23	23	39	23	995	
Норвегия	23	31	22	23	31	22	23	31	23	1564	
Польша	<b>8</b>	46	11	36	46	11	36	46	36	1711	
Португалия	14	<u>51</u>	14	21	<u>51</u>	14	21	<u>51</u>	21	2219	
<b>Россия</b>	15	48	<b>6</b>	<b>31</b>	48	<b>6</b>	<b>31</b>	48	<b>31</b>	2421	
Румыния	<b>9</b>	60	<b>4</b>	27	60	<b>4</b>	27	60	27	2118	
Словакия	<b>9</b>	<b>52</b>	<b>9</b>	30	<b>52</b>	<b>9</b>	30	<b>52</b>	30	1752	
Словения	23	43	20	14	43	20	14	43	14	1466	
Финляндия	22	<b>24</b>	36	19	<b>24</b>	36	19	<b>24</b>	19	1660	
Франция	22	<b>19</b>	<b>48</b>	<b>11</b>	<b>19</b>	<b>48</b>	<b>11</b>	<b>19</b>	<b>11</b>	1984	
Швейцария	<u>26</u>	<b>24</b>	<b>41</b>	<b>9</b>	<b>24</b>	<b>41</b>	<b>9</b>	<b>24</b>	<b>9</b>	1799	
Швеция	<u>27</u>	27	<b>37</b>	<b>9</b>	27	<b>37</b>	<b>9</b>	27	<b>9</b>	1617	
Эстония (русскоговорящие)	11	49	11	29	49	11	29	49	29	532	
Эстония (титульный этнос)	17	26	35	21	26	35	21	26	21	957	
<b>Вся выборка</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>25</b>	<b>20</b>	<b>36</b>	<b>25</b>	<b>20</b>	<b>36</b>	<b>20</b>	36048	

\* Подчеркнуты доли стран — лидеров данного кластера, курсивом выделены доли стран-аутсайдеров данного кластера.

высокой ценностью «Выхода за пределы своего “Я”». Лидируют в нем Франция, Швейцария и Швеция («вносят» от 37 до 48% своего населения), а наименьший вклад снова, как и в первый кластер, вносят три постсоциалистические страны — Румыния, Словакия и Россия (вклад каждой из них — менее 10% своего населения). Этот кластер средний по численности, в нем оказалась четверть всей выборки. В последнем, *четвертом кластере*, в котором оказались респонденты, характеризующиеся крайне высокой ценностью «Сохранения» и средне-высокой ценностью «Самоутверждения», лидируют три постсоциалистические страны: Польша, Болгария и Россия. Эти страны «вносят» в состав кластера примерно по трети своего населения, а наименее «вложились» в него — Швеция, Швейцария и Франция (вклад каждой — около 10%). Данный кластер близок по величине к первому, в него попадает каждый пятый респондент.

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 лидеров, то в роли аутсайдеров.

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 кластер) 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 (48%) и четвертый (31%) кластеры, в которых лидируют постсоциалистические страны, но в то же время есть и меньшинство. Оно хотя и разделяет ценности для россиян нетипичные, все же весьма значительно по численности: каждый седьмой россиянин (15% российской выборки) входит в первый ценностный кластер и еще 6% — в третий (тон в обоих этих кластерах задают представители старых капиталистических стран).

Посмотрим теперь, что представляют собой эти четыре типа россиян с точки зрения ценно-

стей. Напомним, что если смотреть на российское население в среднем, без деления на кластеры, то оно, в сравнении с населением других стран, характеризуется срединным положением по интегральному фактору «Открытости — Сохранения» и крайне высокими значениями фактора «Выход за пределы своего “Я” — Самоутверждение» (см. рис. 11). Именно такое сочетание ценностей характерно для второго кластера, куда как раз и попадает самая большая часть (почти половина) наших соотечественников — оказавшиеся здесь россияне воплощают то, что можно было бы назвать сегодняшней модальной российской личностью. Еще около трети (31%) россиян (их можно назвать «вторым большинством») вошли в четвертый кластер и сместились по сравнению со вторым кластером в сторону ценностей «Сохранения» и (слабее) — в сторону «Выхода за пределы “Я”». Таким образом, *российское большинство принадлежит к тем ценностным типам, которые отличаются более сильными, чем представители других ценностных типов, ориентациями на ценности «Самоутверждения» (в ущерб ценностям «Выхода за пределы своего “Я”»). 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 «Выхода за пределы своего “Я”» и «Открытости изменениям». Но именно эти ценности характерны для двух других «фракций» российского общества — «меньшинств» оказавшихся в составе первого и третьего кластеров. Так 15 % россиян, оказавшихся в составе первого кластера, характеризуются самой высокой, в сравнении с другими ценностными типами, ориентацией на «Открытость изменениям» (в ущерб «Сохранению») и средневысокой ориентацией на «Выход за пределы “Я”» (в ущерб «Самоутверждению») <sup>30</sup>. И еще для

<sup>30</sup> 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 профиле 1-е место занимает «Самостоятельность», далее идут «Гедонизм» и «Риск-новизна» (делят 2–3-е места), а также «Достижение» (4-е место). «Безопасность» же оказалась в нижней половине иерархии (она делит 6–8-е места с «Универсализмом» и «Властью-богатством»). Напомним (см. рис. 12), что в общероссийской выборке иерархия ценностей была совершенно иной: 1-е место занимала именно «Безопасность», «Самостоятельность» располагалась только на 4-м месте, «Достижение» — на 6–8-м, а «Гедонизм» и «Риск-новизна» и вовсе «довольствовались» двумя последними местами в иерархии.

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 «Выхода за пределы своего «Я»».

Таким образом, благодаря переходу со странового на индивидуальный уровень анализа и построению классификации отдельных респондентов во-первых, удалось 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<sup>31</sup>.

**О некоторых причинах, влияющих на жизненные ценности: результаты множественного регрессионного анализа.** Чтобы делать выводы обо всем комплексе социальных, экономических и культурных причин, влияющих на жизненные ценности людей, нам явно недостает информации, и в первую очередь — повторных наблюдений за ценностными феноменами одних и тех же людей и социальных групп на протяжении длительных периодов. Но все же некоторые вопросы такого рода можно решать с помощью регрессионного анализа и на имеющемся массиве данных. Основное преимущество этого метода в том, что он позволяет устанавливать роль той или иной причины «в чистом виде», изолированно от действия других факторов — когда влияния этих других факторов на интересующие нас показатели контролируются.

Продолжая изучение поставленного в статье вопроса о сходствах и различиях между Россией и другими странами, мы теперь постараем-

<sup>31</sup> Есть некоторые социально-демографические особенности этого меньшинства россиян, отличающегося по своим ценностям от более массовых ценностных типов. В целом это отличия, вообще характерные для более активной и модернизированной части населения. В первом и третьем кластерах больше мужчин, чем во втором и четвертом (55% против 43%, 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 22%, но зато там 60% респондентов старше 39 лет — против всего 29% 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 (22% против 17%). Что касается профессиональной принадлежности, уровня образования, а также региона, в котором проживает респондент, то четких и последовательных различий между «большинством» и «меньшинством» пока обнаружить не удалось. Возможно, это свидетельствует об относительной равномерности распределения упомянутого меньшинства между регионами и социальными стратами.

ся отделить («очистить») обнаруженные ранее страновые влияния от воздействия других переменных, а также сопоставить страновые и «не-страновые» влияния по их силе.

В регрессионные уравнения в качестве *независимых* переменных, 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? работала ли мать респондента? 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 (такие переменные называют экзогенными)<sup>32</sup>.

Проанализируем два типа регрессионных моделей — порядковую пробит-регрессию и линейную регрессию. В первой группе моделей в качестве зависимых переменных используются 10 ценностных индексов, шкалы которых мы рассматриваем как ранговые<sup>33</sup>, а во второй — два интегральных факторных индекса, которые строились на более сильном допущении о том, что исходные ценностные показатели (21 пункт вопросника Шварца) измеряются по метрической шкале.

В таблице 4 приведены коэффициенты *порядковой пробит-регрессии* для 10 регрессионных уравнений. О приемлемом качестве построенных моделей говорят высокие значимости статистики хи-квадрат Вальда (для всех 10 моделей  $p < 0,0001$ ).

*Первый* — и самый важный — вывод, который можно сделать на основе этих регрессионных уравнений, касается общей конфигурации различных влияний на рассматриваемые ценности.

<sup>32</sup> 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 меньшей вероятностью) ценности и сами могут выступать в роли причин, и поэтому на данном этапе анализа мы не включили эти параметры в регрессионный анализ.

<sup>33</sup> Поскольку это были центрированные ценностные индексы с большим числом градаций, то перед включением в уравнение градации укрупнили: диапазон вариации каждого из индексов был разбит на 6 частей — по принципу равного числа респондентов, приходящихся на каждую из градаций.

Таблица 4

**КОЭФФИЦИЕНТЫ ПОРЯДКОВОЙ ПРОБИТ-РЕГРЕССИИ ДЛЯ 10 РЕГРЕССИОННЫХ УРАВНЕНИЙ.**

Зависимые переменные – 10 центрированных ценностных индексов; шкала каждого индекса разбита на 6 градаций, в каждую из которых попали равные доли респондентов

	Безопасность	Традиция	Конформность	Благожелательность	Универсализм	Самостоятельность	Риск-новизна	Гедонизм	Достижение	Власть-богатство
Возраст респондента	0,01**	0,02**	0,02**	0,01**	0,01**	-0,004**	-0,02**	-0,02**	-0,01**	-0,01**
Мужской пол	-0,21**	-0,18**	-0,04*	-0,31**	-0,22**	0,11**	0,22**	0,13**	0,19**	0,22**
Россия (контрольная группа)										
Бельгия	-0,79**	-0,07**	-0,10**	0,65**	0,28**	0,03*	0,29**	0,99**	-0,40**	-1,03**
Болгария	-0,11**	0,14**	0,26**	0,40**	-0,02*	-0,27**	0,36**	0,24**	0,58**	-1,47**
Швейцария	-0,82**	-0,22**	-0,65**	0,73**	0,60**	0,52**	0,24**	1,04**	-0,44**	-0,99**
Кипр	-0,10**	0,16**	-0,25**	0,48**	-0,08**	0,22**	0,27**	0,47**	-0,49**	-0,71**
Германия	-0,57**	-0,26**	-0,27**	0,67**	0,25**	0,45**	0,13**	0,76**	-0,24**	-0,90**
Дания	-1,23**	-0,56**	0,03*	1,04**	0,33**	0,45**	0,37**	1,04**	-0,54**	-0,91**
Испания	-0,17**	0,04*	0,10**	0,80**	0,57**	0,20**	0,03	0,38**	-0,79**	-1,09**
Финляндия	-0,45**	-0,38**	0,15**	0,61**	0,60**	0,34**	0,53**	0,54**	-0,72**	-1,29**
Франция	-0,69**	-0,08**	-0,32**	0,72**	0,85**	0,20**	0,33**	1,12**	-0,86**	-1,33**
Великобритания	-0,52**	-0,26**	-0,19**	0,63**	0,25**	0,29**	0,50**	0,56**	-0,36**	-0,99**
Венгрия	-0,10**	-0,14**	-0,55**	0,26**	-0,02*	0,18**	0,13**	1,17**	-0,11**	-0,83**
Норвегия	-0,77**	-0,40**	0,40**	0,74**	0,32**	0,29**	0,39**	0,34**	-0,48**	-0,89**
Польша	-0,27**	0,12**	0,53**	0,23**	0,26**	-0,06**	0,21**	-0,18**	-0,28**	-0,61**
Португалия	-0,52**	-0,06**	-0,29**	0,37**	0,08**	-0,06**	0,33**	0,57**	0,03*	-0,61**
Румыния	-0,38**	-0,21**	0,36**	-0,21**	-0,03**	-0,04**	0,13**	-0,07**	0,21**	0,05**
Швеция	-1,14**	-0,28**	-0,20**	0,68**	0,40**	0,42**	0,47**	1,01**	-0,63**	-0,89**
Словения	-0,71**	-0,01	-0,15**	0,07**	-0,01	0,14**	0,55**	0,80**	-0,01	-0,91**
Словакия	-0,19**	0,13**	0,33**	-0,05**	0,00	0,05**	0,20**	-0,10**	-0,16**	-0,45**
Эстония (титульный этнос)	-0,36**	-0,17**	0,06**	0,61**	0,38**	0,27**	0,48**	0,48**	-0,63**	-1,19**
Эстония (русскоговорящие)	-0,21**	-0,23**	0,03	-0,09*	-0,02	-0,05	0,07*	0,31**	-0,02	-0,04
Когда респонденту было 14 лет, ОТЕЦ имел подчиненных	0,04*	-0,03*	0,00	0,02	0,06*	0,01	-0,01	-0,03	-0,04*	-0,04**
Когда респонденту было 14 лет, МАТЬ имела подчиненных	0,00	-0,05	-0,04	0,06*	0,06	0,00	0,01	0,03	0,01	-0,06*
Когда респонденту было 14 лет, ОТЕЦ отсутствовал	0,07*	-0,05	0,01	0,03	0,03	0,02	0,00	-0,02	-0,04	-0,04
Когда респонденту было 14 лет, МАТЬ не работала	0,01	-0,01	-0,02	0,02	0,02	0,00	0,00	0,01	-0,02	-0,02
Один из родителей иммигрант	0,00	-0,01	0,00	0,00	0,06	0,03	0,00	-0,10*	0,08**	-0,02
Хотя бы один из родителей имеет высшее образование	-0,27**	-0,24**	-0,22**	0,00	0,08*	0,22**	0,16**	0,09*	0,15**	0,09**
Респондент принадлежит к этническому меньшинству	0,12	0,18**	0,07**	-0,03	-0,08	-0,18**	-0,09	-0,12*	0,02	0,08
Количество наблюдений	30997	31011	30970	30990	31030	30986	30972	30980	30962	31019
Хи-квадрат Вальда (значим на уровне 0,0001)	159450	261248	238115	905943	443558	281314	116780	172570	393587	424634
Log pseudolikelihood	-52701	-52589	-52542	-53420	-54530	-54530	-52576	-51698	-52770	-53057

\* Коэффициент значим при  $p < 0,05$ .\*\* Коэффициент значим при  $p < 0,001$  или при более строгом уровне значимости.

Основные демографические характеристики респондентов — пол и возраст — статистически значимо влияют на все 10 рассматриваемых ценностей. Принадлежность респондента к этническому меньшинству значимо влияет только на 4 ценностных индекса. Характеристики родителей ведут себя в отношении влияний на ценности не так активно, как возраст и пол, но все же влияние некоторых из них довольно заметно. Это, прежде всего, касается наличия высшего образования хотя бы у одного из родителей и профессионального статуса отца (наличия у него подчиненных).

Что при этом происходит с влиянием страновой принадлежности? Чтобы его оценить, в качестве контрольной группы была выбрана принадлежность респондента России. Благодаря этому коэффициенты, характеризующие влияние 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 очень заметно сказываются на индивидуальных значениях всех 10 ценностей. Почти все коэффициенты регрессии, указывающие на влияние страны проживания, статистически значимы на высоком уровне ( $p < 0,001$ ). Таким образом, очищенные от влияний возраста, пола и некоторых характеристик родительской семьи влияния страновой принадлежности на индивидуальные значения ценностей оказываются статистически значимыми заметно чаще, чем межстрановые влияния на групповые средние величины, «не очищенные» от влияний привходящих признаков (об этих влияниях шла речь во втором разделе данной статьи). Когда анализировались «неочищенные» (gross) влияния на средние величины 10 ценностей, то всякий раз оказывалось, что жители России не имеют статистически значимых различий с жителями той или иной группы стран. Результаты же регрессионного анализа (при данном наборе независимых переменных) показывают, что подобные случаи являются редкостью — незначимых коэффициентов всего 10 из 200.

Вторая группа выводов по результатам порядковых пробит-регрессий касается конкретного направления обнаруженных статистически значимых влияний. Чем старше респондент, тем сильнее он ориентируется на Безопасность, Традицию, Конформность, а также Благожелательность и Универсализм, то есть на ценности двух категорий — «Сохранения» и «Выхода за пределы своего “Я”». И наоборот, выражен-

ность ценностей «Открытости изменениям» (Риск-новизна, Гедонизм и Самостоятельность) и «Самоутверждения» (Достижение и Власть-богатство) тем сильнее, чем респондент моложе.

Влияние пола респондента также вполне определено. У мужчин сильнее выражены ценности Самостоятельности, Риска-новизны, Гедонизма, Достижения и Власть-богатства, относящиеся к категориям «Открытость изменениям» и «Самоутверждение». У женщин, наоборот, сильнее выражены ценности противоположных категорий — «Сохранения» (Безопасность, Традиция и Конформность) и «Выхода за пределы своего “Я”» (Благожелательность и Универсализм).

Что касается влияний страновой принадлежности, то здесь выделяются две группы фактов. Часть значимых регрессионных коэффициентов, характеризующих эти влияния, совпадает по направлению с теми значимыми различиями, которые имели место при межстрановом сравнении средних значений ценностей с помощью процедуры ANOVA (см. выше рисунки 1–10 и комментарии к ним в таблице 2). Но, как уже говорилось, регрессионные коэффициенты оказались более чувствительными к различиям, нежели процедура сравнения страновых средних величин: они часто оказываются значимыми и в отношении тех стран, с которыми при сравнении средних значений ценностей по процедуре ANOVA Россия не давала значимых различий. Примечательно, что и в этих случаях знаки регрессионных коэффициентов почти всегда совпадают с теми направлениями (незначимых) отличий, которые были выявлены при межстрановых сравнениях средних величин.

В таблице 5 приведены коэффициенты уравнений *линейной регрессии*, в которых в качестве зависимых переменных используются два интегральных ценностных показателя — факторы «Открытость изменениям — Сохранение» и «Выход за пределы своего “Я” — Самоутверждение». (В качестве независимых переменных в этих уравнениях использован тот же набор показателей, что и в уравнениях порядковых пробит-регрессий, описанных выше.) Оба регрессионных уравнения статистически значимы, показатели  $R^2$  для факторов «Сохранения» и «Самоутверждения» равны, соответственно, 0,26 и 0,23.

Здесь снова, также, как и при анализе пробит-регрессий, обнаруживается «очищенное» от ряда других переменных влияние страновой принадлежности респондентов на содер-

Таблица 5

**КОЭФФИЦИЕНТЫ ЛИНЕЙНОЙ РЕГРЕССИИ ДЛЯ ДВУХ РЕГРЕССИОННЫХ УРАВНЕНИЙ.**

Зависимые переменные – индивидуальные значения респондентов по двум интегральным ценностным факторам

	Зависимая переменная – индивидуальные значения интегрального ценностного фактора «Открытость изменениям – Сохранение»; $R^2 = 0,26$		Зависимая переменная – индивидуальные значения интегрального ценностного фактора «Выход за пределы своего “Я” – Самоутверждение»; $R^2 = 0,23$	
	Нестандартизованные коэффициенты	Стандартизованные коэффициенты	Нестандартизованные коэффициенты	Стандартизованные коэффициенты
	В	Бета	В	Бета
(Константа)	-0,87		0,63	
Мужской пол	-0,26**	-0,13**	0,15**	0,08**
Возраст респондента	0,02**	0,43**	0,00*	0,01*
Россия (контрольная группа)				
Бельгия	-0,14**	-0,03**	-0,98**	-0,21**
Болгария	0,04	0,01	-0,36**	-0,06**
Швейцария	-0,24**	-0,05**	-1,28**	-0,28**
Кипр	0,06*	0,01*	-0,62**	-0,10**
Германия	-0,25**	-0,06**	-0,91**	-0,23**
Дания	-0,42**	-0,08**	-1,06**	-0,21**
Испания	0,33**	0,07**	-1,02**	-0,22**
Финляндия	-0,09**	-0,02**	-1,04**	-0,24**
Франция	-0,11**	-0,02**	-1,53**	-0,33**
Великобритания	-0,21**	-0,05**	-0,88**	-0,21**
Венгрия	-0,20**	-0,04**	-0,68**	-0,13**
Норвегия	-0,16**	-0,04**	-0,73**	-0,16**
Польша	0,26**	0,06**	-0,23**	-0,05**
Португалия	-0,19**	-0,04**	-0,53**	-0,12**
Румыния	-0,08**	-0,02**	0,23**	0,05**
Швеция	-0,42**	-0,09**	-1,05**	-0,23**
Словения	-0,21**	-0,04**	-0,69**	-0,13**
Словакия	0,08*	0,02*	-0,11**	-0,02**
Эстония (титульный этнос)	-0,13**	-0,02**	-0,93**	-0,14**
Эстония (русскоговорящие)	-0,20**	-0,02**	-0,08	-0,01
Когда респонденту было 14 лет, ОТЕЦ имел подчиненных	0,03*	0,02*	-0,05**	-0,02**
Когда респонденту было 14 лет, МАТЬ имела подчиненных	-0,00	-0,00	-0,05*	-0,03*
Когда респонденту было 14 лет, ОТЕЦ отсутствовал	0,01	0,00	-0,02	-0,00
Когда респонденту было 14 лет, МАТЬ не работала	-0,00	-0,00	-0,01	-0,01
Один из родителей иммигрант	0,04*	0,02*	-0,01	-0,00
Хотя бы один из родителей имеет высшее образование	-0,22**	-0,08**	-0,12**	-0,04**
Респондент принадлежит к этническому меньшинству	0,11**	0,03**	0,18**	0,04**

\* Коэффициент значим при  $p < 0,05$ .\*\* Коэффициент значим при  $p < 0,001$  или при более строгом уровне значимости.

жание их ценностей, и снова регрессионный анализ выявляет больше статистически значимых межстрановых различий, чем анализ с помощью процедуры ANOVA (см. его результаты выше, на рис. 11). Кроме того, стандартизованные бета-коэффициенты, также приведенные в таблице 5, дают дополнительные возможности анализа: с их помощью можно не только оценивать значимость влияний и их знаки, но и сравнивать между собой эти влияния по силе. Благодаря этому в дополнение к выводам, сделанным ранее на основе порядковых пробит-регрессий, можно сделать выводы об относительном влиянии разных категорий независимых переменных.

Как видно из таблицы 5, 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 тоже статистически значимо<sup>34</sup>, 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 0,09. Что же касается значений ценностного фактора «Выход за пределы своего “Я” – Самоутверждение», то в этом случае, наоборот, страновая принадлежность респондента (к России ЛИБО к какой-то другой стране) влияет заметно сильнее, чем пол и возраст. Стандартизованный коэффициент при показателе пола равен 0,08, при показателе возраста – 0,01, а средняя (по модулю) величина стандартизованного коэффициента регрессии при страновых показателях равняется 0,16. Таким образом, если оставить в стороне другие независимые переменные, то получается, что для предсказания ценностной ориентации человека по оси «Открытость – Сохранение» важнее всего знать его возраст и пол, а для предсказания его ориентации по оси «Выход за пределы своего “Я” – Самоутверждение» важнее всего знать, в какой стране он живет.

Итак, благодаря регрессионному анализу нам удалось подтвердить влияние страновой принадлежности индивида на его ценности, которое сохраняется и даже усиливается после того, как контролируется влияние ряда других независимых переменных. Но возникает сле-

дующий вопрос: а что именно из характеристик страновой принадлежности, какие именно качества стран влияют на рассматриваемые ценности?

«Страну» можно рассматривать как набор определенных характеристик, среди которых ее уровень богатства, свойства ее политической организации, параметры ее культуры, особенности генофонда и др. Часть этих страновых характеристик поддаются измерению – например, через уровень ВВП на душу населения, через индексы политической свободы, развития гражданского общества и т. п., и значит, соответствующие независимые переменные можно включать в уравнения вместо нерасчлененных показателей страновой принадлежности. Это одна из задач дальнейшей работы по поиску причин, влияющих на жизненные ценности.

**Заключение.** Авторы предприняли анализ ценностей российского населения и их сравнение с ценностями населения 19 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, которые далее объединяются в 10 типологических ценностных индексов; эти индексы, в свою очередь, интегрируются в 4 ценностных категории, располагающиеся на полюсах двух ценностных осей (факторов).

В итоге установлено:

1. Наиболее значима (если судить по средним показателям) для населения России ценность «Безопасность», второе-третье места делят «Универсализм» и «Благожелательность», на четвертом месте – «Самостоятельность», на пятом – «Традиция». В нижней части российской ценностной иерархии находятся ценности «Достижение», «Конформность» и «Власть-богатство» (они делят шестое-восьмое места), а на девятом и десятом местах – ценности «Гедонизм» и «Риск-новизна».

2. Парные межстрановые сравнения средних величин по 10 типологическим ценностным индексам 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 свойственны склонность к риску и стремление к веселью

<sup>34</sup> Статистически значимы 19 из 20 страновых коэффициентов.



и удовольствиям. В отношении значимости перечисленных ценностей средний россиянин *похож на средних 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 (правда, ни желаемый успех, ни способы его достижения не ассоциируются с новациями и творчеством). Сильная ориентация на индивидуальное 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.

3. Попарные межстрановые сравнения средних величин по двум интегральным 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 Выхода за границы своего «Я»). По выраженности параметра «Открытость изменениям – Сохранение» средний россиянин *похож на представителей 13 других европейских стран*. В отношении же ориентации на Самоутверждение (противопоставляемой ценностям Выхода за границы своего «Я») средний россиянин гораздо более своеобразен и попадает в одну категорию только с русскоязычным населением Эстонии. В итоге, сравнение России с другими странами на уровне интегральных показателей, также как и сравнение на уровне ценностных индексов, продемонстрировало, что по одной группе ценностей («Открытость изменениям – Сохранение») Россия сегодня близка широкому кругу европейских стран, а по другой группе ценностей («Выход за пределы своего «Я» – Самоутверждение») заметно отличается от большинства из них.

4. Кроме сравнения средних показателей по странам, отношение к ценностям сравнивалось также на уровне отдельных индивидов. 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 «Выхода за пределы «Я»»; *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 «Выхода за пределы «Я»»; *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 20 стран представлены во всех кластерах. Большинство (почти 80%) россиян попали во второй (48%) и четвертый (31%) кластеры, в которых лидируют постсоциалистические страны. Помимо этого, существует и значимое меньшинство россиян, которое разделяет нетипичные для большинства россиян ценности: каждый седьмой россиянин (15% российской выборки) входит в первый ценностный кластер и еще 6% – в третий (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 страновые влияния на ценности от воздействия других переменных, а также сопоставить страновые и «нестрановые» влияния по их силе.

В результате построения порядковой пробит-регрессии и линейной регрессии выявлены статистически значимые влияния пола и возраста респондентов на все рассматриваемые ценности, а также влияния на отдельные ценностные показатели других независимых переменных, характеризующих родительскую семью респондента. При этом влияния страновые

вой принадлежности респондентов (т. е. 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.

Оказалось, что два интегральных ценностных фактора — «Открытость изменениям — Сохранение» и «Выход за пределы своего “Я” — 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 «Выход за пределы своего “Я” — Самоутверждение», то в этом случае, наоборот, страновая принадлежность респондента (к России ЛИБО какой-то другой стране) влияет заметно сильнее, чем пол и возраст. Таким образом, если оставить в стороне другие показатели, то получается, что для предсказания ценностной ориентации человека по оси «Открытость — Сохранение»

надо прежде всего знать его возраст и пол, а для предсказания его ориентации по оси «Выход за пределы своего “Я” — 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 надличностные ценности и, наоборот, сильнее, чем в большинстве стран, проявляются ориентации на конкурентные (подразумевающие «игру с нулевой суммой») ценности личного успеха, власти и богатства, подтверждает частичную обоснованность звучащей сегодня моральной критики в адрес массовых российских 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.