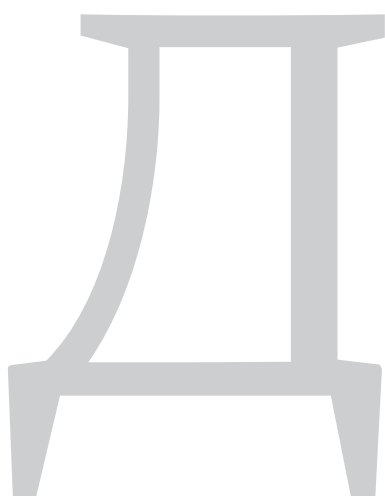


Международные сравнения базовых ценностей российского населения и динамика процессов социализации¹



Динамику процессов социализации можно изучать, сравнивая *практики обучения и воспитания* в разные периоды времени. Например, в своем известном исследовании американский психолог Дэвид Мак-Клелланд анализировал содержание хрестоматий по чтению для начальной школы в более чем 20 странах мира (в том числе

в СССР). Зафиксировав выраженность мотивации достижения в текстах этих хрестоматий, он сопоставил полученные индикаторы с экономическими успехами, которых рассматриваемые страны добились через 25 лет, и обнаружил, что страны, воспитывавшие детей на историях успеха и достижений, начинали интенсивно развиваться по мере вступления нового поколения во взрослую жизнь [17, с. 73–106].

Чтобы измерить динамику этих социализирующих воздействий, Мак-Клелланд брал два временных среза и сравнивал хрестоматии 1925 и 1950 гг. Судя по полученным им данным, в советских текстах 1925 г. ценности достижения были выражены слабо, ниже среднего уровня по всем изученным странам. Однако к 1950 г. индекс мотивации достижения в школьных хрестоматиях вырос в СССР более чем вдвое, что, на взгляд автора, соответствовало общему модер-

низационному сдвигу, имевшему место в СССР. Аналогичный рост произошел и в других странах, например, Южно-Африканской республике, Нидерландах, Греции и Франции. А снижение индекса мотивации достижения в школьных учебных текстах наблюдалось за этот 25-летний период в таких странах, как Швеция, Ирландия, Дания и Бельгия.

Л.А. Окольская сравнивала содержание российских школьных учебников для начальной школы в более близкий нам период и показала что в 2000-е гг. в сравнении с позднесоветским временем (началом 1980-х гг.) изменились ценности и нормы, которые демонстрировали школьникам персонажи учебных текстов. Например, в этих социализирующих посланиях уменьшилась выраженность мотивации к достижению и альтруистическим поступкам, усилился индивидуализм персонажей и их установка на следование своим интересам [9].

К изучению динамики процессов социализации можно подойти и по-иному, отслеживая изменения *эффектов* социализации. С этой целью можно сравнивать людей, подвергшихся социализирующим воздействиям в разные моменты времени, и делать выводы об изменении этих воздействий на основе различий в характеристиках людей. Именно данный подход и будет нами реализован для оценки изменений в процессах социализации базовых ценностей, происшедших при переходе от советского к нынешнему российскому жизненному укладу.

В идеале для решения подобной задачи нужны репрезентативные сравнитель-

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



об авторах

ные данные по базовым ценностям разных поколений россиян, находящихся в одном и том же возрасте, но опрошенных в разные периоды (или эпохи) развития российского/советского общества.

Таких данных, к сожалению, нет, поэтому мы вынуждены использовать косвенные, обходные пути. Мы исходим из предположения о том, что наиболее сильно общество влияет на формирование базовых ценностей в так называемый формативный период, обычно локализуемый исследователями в юношеском возрасте или в возрасте ранней зрелости². В этом случае о социализирующих влияниях, которым люди подвергались в формативный период в советское время, мы можем узнать по ценностям наших пожилых современников, воспитывавшихся в советское время, а о современных влияниях – по ценностям нынешней российской молодежи.

Трудность на пути использования подобной методологии при измерении ценностей состоит в том, что они меняются с возрастом человека; поэтому надо учитывать, что у пожилых людей они являются результатом не только тех воздействий, которым человек подвергался в юности, но и последующих изменений на протяжении жизненного пути. Так, в наших предшествующих исследованиях показано, что ценности *открытости изменениям* с возрастом ослабевают, а ценности *сохранения*, наоборот, усиливаются [6], [8], [10].

Если обратиться к международным сравнительным данным и поставить более ограниченную задачу, то эту трудность можно обойти. Зададимся вопросом: как за несколько десятилетий изменилось *соотношение* социализирующих воздействий, которым подвергались россияне и европейцы в формативный период? На этот вопрос вполне можно ответить, сравнивая ценности россиян разных возрастов с ценностями их сверстников из других стран и наблюдая, как в разных возрастах меняется положение россиян по отношению к их сверстникам из других стран.

Так можно действовать благодаря тому, что в разных европейских странах изменения измеряемых нами базовых ценностей с возрастом происходят примерно по одному и тому же сценарию: например, упомянутые выше консервативные ценности всюду становятся сильнее, а ценности *открытости* всюду ослабевают [7], [8]. Значит, межвозрастные изменения ценностей *внутри* разных стран (будь то онтогенетические изменения или влияния жизненного пути) примерно одинаковы, и поэтому различия в ценностях сверстников из разных стран, отражают, в основном, различия в начальных социализационных импульсах, полученных в молодости.

Итак, мы сравним молодых россиян с их сверстниками из других европейских стран и определим на этой основе особенности российских социализирующих влияний, формирующих сегодня их базовые ценности, а затем повторим ту же процедуру для людей пожилых возрастов, чтобы выяснить, как различались социализирующие влияния в России и в других странах в тот период, когда пожилые люди были молодыми и когда формировались их ценности.

ПОКАЗАТЕЛИ И МЕТОДИКА

Ценности в данной статье рассматриваются как убеждения человека в значимости (или важности) лично для него некоторого объекта или явления. 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

В.С. Магун, кандидат психологических наук, зав. сектором исследований личности Института социологии РАН, ведущий научный сотрудник Национального исследовательского университета – Высшая школа экономики

М.Г. Руднев, кандидат социологических наук, научный сотрудник Института социологии РАН и Национального исследовательского университета – Высшая школа экономики

² Понятие формативного (сенситивного) периода имеет давнюю традицию в возрастной психологии. Применительно к ценностям обычно считается, что этот период локализуется в юности и ранней зрелости. Точных границ данного периода обычно не называют еще и потому, что для разных по содержанию ценностей они могут различаться (см. [3], [4], [11], [12], [16]).

Идея формативного периода активно используется при объяснении социальных сдвигов в российском обществе через межпоколенные изменения ([1], [2]) и во многих исследованиях формирования ценностей и других элементов субъективной культуры (см., например, [14], [15]).

из их функций; не менее важно воздействие ценностей индивида на его собственные вербальные действия, а через них – и на вербальные и практические действия других людей.

Данная статья посвящена анализу результатов, полученных в ходе опросов, которые были проведены в рамках Европейского социального исследования (ЕСИ) в России и других европейских странах³. Эти опросы проводятся по единой программе, и в нашем анализе использовались данные по 32 странам, полученные, в основном, в ходе третьего раунда ЕСИ (2006 г.). Сопоставления стран проводились внутри двух возрастных групп: в группе молодежи в возрасте от 15 до 23 лет (8375 чел.) и в группе пожилых людей от 62 лет и старше (12653 чел.).

В рамках ЕСИ для измерения базовых (конечных, целевых, на основе которых формируется все множество инструментальных, т.е. оперативных, текущих, ценностей, направляющих жизнедеятельность человека) ценностей применялась модификация Портретного ценностного вопросника (Portrait Values Questionnaire) Ш. Шварца [20]. Как и другие его методики, вопросник построен на основе разработанной Шварцем классификации ценностей, ключевым в ней является выделение 10 ценностных индексов (их называют также «латентными мотивационными типами ценностей») [18], [19]. В связи с тем, что в анкете ЕСИ пришлось использовать сокращенный вариант ценностного вопросника, некоторые из ценностей не удалось при измерении дифференцировать друг от друга, и специальный анализ показал, что более правомерно формировать на основании этих измерений не 10, а только 7 ценностных индексов [13].

Респондентам предлагалось 21 описание людей, характеризующихся теми или иными ценностями (см. табл. 1), и каждый из этих «портретов» респондент должен был оценить по шестибальной 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)⁴.

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

Предшествующие исследования Ш. Шварца показали, что семь ценностей «второго уровня» объединяются в четыре более крупные категории (ценности «третьего уровня»), пары которых, в свою очередь, связаны взаимно обратными соотношениями: с ростом значимости одной категории ценностей значимость другой снижается. Содержание и структура ценностных показателей, измеряемых методикой Шварца, приводятся в табл. 1.

К категории «сохранение» относятся ценности «безопасность» и «конформность-традиция», к противоположной по смыслу категории «открытость изменениям» относятся ценности «риск-новизна»⁵, «самостоятельность» и «гедонизм», и эти две категории образуют первую ценностную ось (относящуюся вместе со второй осью к ценностям «четвертого уровня») – «открытость изменениям – сохранение». Вторая ось – «забота о людях и природе – самоутверждение» отражает оппозицию ценностных категорий «забота о людях и природе» (значимость социального равенства, заботы о ближних и «дальних», а также бережного отношения к окружающей среде) и «самоутверждения» (значимость власти, богатства, личного успеха).

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

В табл. 2 представлены результаты сравнения российской молодежи и пожилых людей⁶ с их сверстниками из других евро-

³ Сайт Европейского социального исследования – www.europeansocialsurvey.org. В России Европейское социальное исследование проводится Институтом сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ), национальный координатор – кандидат политических наук А.В. Андреев (www.cessi.ru). Авторы данной статьи входят в научный актив Европейского социального исследования и участвуют в подготовке российской версии анкеты.

⁴ Чтобы устранить влияние привычки респондента использовать только какую-то одну часть шкалы, их ответы преобразовывались с помощью рекомендованной Ш. Шварцем процедуры «центрирования». Поэтому приводимые в статье значения ценностей отличаются от значений исходной шкалы.

⁵ В терминологии Ш. Шварца эта ценность называется «стимуляция» («Stimulation»).

⁶ Возрастные группы, выделяемые при анализе базовых ценностей, не всегда кратны пятилетиям и десятилетиям, поскольку их границы определялись с учетом наиболее заметных ценностных различий между людьми разных возрастов.

Таблица 1
Структура ценностных показателей (по версии Ш. Шварца)

Исходные высказывания, предлагавшиеся респондентам в анкете (ценности «первого уровня»)	Ценностные индексы (ценности «второго уровня»)	Укрупненные категории ценностей (ценности «третьего уровня»)	Ценностные оси (ценности «четвертого уровня»)	
Для него важно жить в безопасном окружении. Он избегает всего, что может угрожать его безопасности	Безопасность	Сохранение	Сохранение — Открытость изменениям	
Для него важно, чтобы государство обеспечивало его безопасность во всех отношениях. Он хочет, чтобы государство было сильным и могло защитить своих граждан				
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	Конформность-традиция			
Для него важно всегда вести себя правильно. Он старается не совершать поступков, которые другие люди могли бы осудить				
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			
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				
Ему нравятся неожиданности, он всегда старается найти для себя новые занятия. Он считает, что для него в жизни важно попробовать много разного	Риск-новизна	Открытость изменениям		
Он ищет приключений, и ему нравится рисковать. Он хочет жить полной событиями жизнью				
Для него важно хорошо проводить время. Ему нравится себя баловать	Гедонизм			
Он ищет любую возможность повеселиться. Для него важно заниматься тем, что доставляет ему удовольствие				
Для него важно показать свои способности. Он хочет, чтобы люди восхищались тем, что он делает	Самоутверждение (Достижение и Власть-богатство)	Самоутверждение — Забота о людях и природе		
Для него очень важно быть очень успешным. Он надеется, что люди признают его достижения				
Для него важно быть богатым. Он хочет, чтобы у него было много денег и дорогих вещей				
Для него важно, чтобы его уважали. Он хочет, чтобы люди делали так, как он скажет	Забота о людях и природе (Благожелательность и Универсализм)			
Для него очень важно помогать окружающим людям. Ему хочется заботиться об их благополучии				
Для него важно быть верным своим друзьям. Он хотел бы посвятить себя близким людям				
Для него важно, чтобы с каждым человеком в мире обращались одинаково. Он убежден, что у всех должны быть равные возможности в жизни				
Для него важно выслушивать мнение других, отличающихся от него людей. Даже когда он с ними не согласен, он все равно хочет понять их точку зрения				
Он твердо верит, что люди должны беречь природу. Для него важно заботиться об окружающей среде				
<i>Примечание.</i> В формулировках вопросов для респондентов-женщин использовались местоимения женского рода.				

Таблица 2

Число стран, имеющих более высокие, более низкие или равные с Россией средние значения по семи ценностным индексам (европейская молодежь 15–23 лет, 8375 чел., и пожилое население Европы 62 лет и старше, 12653 чел.

Параметр измерения	Ценностные категории													
	Открытость изменениям				Сохранение				Забота о людях и природе		Самоутверждение			
	Ценностные индексы													
	Самостоятельность		Риск-новизна		Гедонизм		Безопасность		Конформность-традиция		Забота о людях и природе		Самоутверждение	
	М	П	М	П	М	П	М	П	М	П	М	П	М	П
Число стран, чьи значения выше, чем в России	1	22	9	25	17	27	0	0	7	0	24	3	0	5
Число стран, не имеющих статистически значимых отличий от России	28	9	21	6	13	4	18	4	23	5	6	21	1	9
Число стран, чьи значения ниже, чем в России	2	0	1	0	1	0	13	27	1	26	1	7	30	17

Примечание. М – молодежь, П – пожилые.

пейских стран по семи базовым ценностям. Статистически значимые различия между странами и направление этих различий выявлялись с помощью статистической процедуры для множественных сравнений (ANOVA). Как видно из этой таблицы, *российская молодежь* по трем базовым ценностям *значимо отличается от молодежи большинства других европейских стран*, превосходя последнюю по ценности самоутверждения и уступая по ценности заботы о людях и природе и ценности гедонизма.

По четырем другим базовым ценностям российская молодежь от молодежи большинства других европейских стран *значимо не отличается*, но все же по ценностям «безопасность» и «риск-новизна» имеется большое число статистически значимых отличий. Первая для россиян более значима, чем для молодежи 13 других стран, а вторая, наоборот, менее значима, чем для молодежи девяти других стран.

Чтобы ответить на вопрос, какие выводы относительно динамики процессов социализации позволяют сделать эти ценностные отличия, рассмотрим сначала результаты сравнений тех же ценностей у пожилых людей, проживающих в разных странах (табл. 2). Как видим, по всем составляющим ценностных категорий «открытость изменениям» и «сохранение» *положение пожилых россиян относительно их сверстников в других странах отличается от относительного положения российской молодежи в сторону большей значимости «сохранения» и меньшей значимости «открытости»*. Так, например, если молодежь, в основном, похожа на своих зарубежных сверстников по ценности «конформность-традиция», то пожилые россияне чаще всего более привержены этой ценности, а также ценности «безопасность», чем их зарубежные сверстники, зато у пожилых россиян, наоборот, резко растет (в сравнении с молодыми россиянами) частота отставаний

от зарубежных сверстников по значимости ценностей «самостоятельности», «риск-новизна» и «гедонизм».

Что касается ценностей самоутверждения и заботы о людях и природе, то здесь положение пожилых россиян относительно их сверстников из других стран отличается от относительно положения российской молодежи в сторону большей значимости заботы и меньшей значимости самоутверждения. Если российская молодежь ценит заботу меньше, чем ее сверстники из 24 европейских стран, и только с шестью странами не дает значимых различий, то пожилые россияне, наоборот, не отличаются от своих сверстников из 21 страны, а отстают только в трех случаях. По ценности самоутверждения наблюдается противоположная картина: российская молодежь опережает молодежь почти всех европейских стран (30 из 31!), а россияне пожилого возраста опережают сверстников только из 17 стран (от сверстников пяти стран – отстают, а со сверстниками девяти стран не имеют значимых различий).

Исходя из упомянутого выше предположения о том, что базовые ценности формируются у человека в молодые годы, мы интерпретируем изложенные выше результаты как свидетельство изменений сравнительного содержания процессов социализации в нашей стране (по отношению к содержанию этих процессов в других европейских странах). По сравнению с советским послевоенным временем (когда происходила социализация нынешних пожилых россиян) в современной России эти процессы сместились в сторону формирования у людей большей приверженности ценностям открытости и самоутверждения и меньшей приверженности ценностям сохранения и заботы о людях и природе⁷.

Эти выводы согласуются с общей картиной изменений, произошедших в нашей стране при переходе от советского к нынешнему укладу жизни⁸. Революционные события конца 1980-х – начала 1990-х гг. были связаны с отказом от ком-

мунистической идеологии, с утверждением идеала свободной личности, с пропагандой реформ и быстрых социальных изменений, со снятием барьеров на пути движения людей и информации и активным проникновением в страну позитивно оцениваемых зарубежных культурных образцов. Все это и входит в число социализирующих воздействий, приведших к усилению у российской молодежи ценностей открытости изменениям и ослаблению консервативных ценностей сохранения, т.е. к тем процессам, которые мы реально наблюдаем по нашим эмпирическим данным.

Отказ от коммунистической идеологии и формирование институтов рыночной экономики привели в нашей стране и к смене транслируемых людям моральных приоритетов: 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 [5]. Этот культурный сдвиг, изменивший характер социализационных воздействий на ценности заботы о людях и природе – самоутверждения, и зафиксировали наши данные. Но, кроме того, скорее всего, имело место и более непосредственное влияние на эти ценности со стороны материальных условий жизни. Как показано ранее ([7], [8]), данный ценностный параметр зависит от уровня материального благополучия: в странах с более низким уровнем национального богатства ценности самоутверждения выражены сильнее, а ценности заботы, наоборот, слабее. И поэтому резонно предполагать, что резкое падение уровня жизни в стране в начале 1990-х гг. было еще одним мощным социализирующим влиянием, подтолкнувшим базовые ценности молодых россиян в направлении самоутверждения.

Сдвиг процессов социализации в сторону формирования большей открытости изменениям российское общество, в целом, по-видимому, оценит положительно, во всяком случае, к такой оцен-

⁷ Еще раз подчеркнем: чтобы сделать этот вывод, нужны были именно сравнительные данные по России и другим странам. Если напрямую сравнивать россиян разных возрастов, то мы не сможем отделить влияние смены поколений от влияния стадий жизненного пути. Последнее обстоятельство, например, объясняет большую консервативность пожилых людей просто особенностями их возраста. Когда же мы имеем возможность сравнивать жителей одного и того же возраста, живущих в разных странах, то эффекты возраста как бы выносятся за скобки.

⁸ Понятно, что поскольку речь идет об изменениях процессов социализации в России в сравнении с другими странами, то события в российском обществе могут взять на себя только часть необходимого объяснения.

ке подталкивает все громче звучащий в нашем обществе запрос на инновации и творчество.

Что же касается вывода об изменении процессов социализации в сторону меньшего внимания к ценностям заботы, то он подтверждает, что серьезная обеспокоенность, которую выражают сегодня ученые, публицисты и общественные деятели по поводу низкого уровня развития альтруистических ценностей, ценностей солидарности в российском обществе и, наоборот, чрезмерной сосредоточенности людей на личных интересах, вполне обоснованна⁹.

Часто бывает, что активность моральной критики не связана с реальным состоянием массовых нравов и ориентаций, но в данном случае это не так: результаты нашего исследования подтверждают, что проблема, действительно, существует. Сравнение российской молодежи с ее сверстниками в других европейских странах явно свидетельствует, что у среднего молодого 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.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Выявлены сходства и отличия российской молодежи в сравнении с молодежью других европейских стран по базовым ценностям, причем самыми многочисленными оказались отличия по трем ценностям: сильнее, чем большинство европейцев, россияне привержены ценностям *самоутверждения* и слабее – ценностям *гедонизма* и *заботы о людях и природе*.

2. Положение российской молодежи на фоне сверстников из других европейских стран более смещено в сторону ценностей открытости изменениям и самоутверждения, нежели положение пожилых россиян в сравнении с их зарубежными сверстниками из других европейских стран. И наоборот, положение пожилых россиян (на фоне их зарубежных свер-

стников) более смещено в сторону ценностей сохранения и заботы о людях и природе, в сравнении с положением российской молодежи относительно молодежи других европейских стран.

3. Изменения соотношений ценностей у разных поколений респондентов отражают динамику процессов социализации как в России, так и в тех странах, с которыми осуществляются сравнения. Что касается российских изменений, то они, скорее всего, выражаются в большем, чем в советское время, содействии развитию ценностей *открытости изменениям* (и, соответственно, в меньшем культивировании консервативных ценностей *сохранения*), а также в меньшем внимании агентов социализации к ценностям *заботы о людях и природе* (за счет акцентирования ценностей *самоутверждения*).

4. Все эти изменения наглядно выражаются в сходстве ценностей у россиян и европейцев разных поколений. По выраженности ценностей, относящихся к категориям «открытость изменениям» и «сохранение», на европейских сверстников чаще похожа российская молодежь, нежели пожилые россияне. По выраженности же ценностей заботы о людях и природе и самоутверждения – наоборот, на своих европейских сверстников пожилые россияне похожи чаще, нежели молодые.

5. Полученные результаты свидетельствуют об изменчивости ценностных характеристик общества на протяжении сравнительно короткого периода и не подтверждают распространенных представлений о неизменности российских ценностей как элементов устойчивой «культурной матрицы», «культурного генотипа», «российского архетипа», «менталитета» и т.п. Подобная трактовка культуры, противоречащая большому массиву фактов культурных изменений, оправдывает институциональную отсталость нашей общественно-политической и экономической жизни и маскирует те огромные усилия, которые влиятельные социальные группы тратят на формирование консервативных и потребительских ценностей, поддерживающих

⁹ Важно подчеркнуть, что речь идет о крайне сильной выраженности не всех индивидуалистических ценностей, а только ценностей самоутверждения, которые наиболее прямо связаны с конкуренцией между людьми («игрой с нулевой суммой») и потому наиболее явно противостоят ценностям заботы о людях и природе. Другие индивидуалистические ценности – гедонизм и самостоятельность – наоборот, как показано выше, выражены у россиян пока слабее, чем у большинства других европейцев.

массовую пассивность и покорность и обеспечивающих этим группам комфортное существование.

От ответственных представителей элиты и просто обеспокоенных граждан зависит, будет ли этому противопоставлена долговременная культурная политика, направленная на воспитание российской молодежи в духе открытости изменениям и заботливого отношения к окружающим людям и природе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гордон Л.А. Времена и сроки демократических перемен: тяжкая медлительность исторического движения // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 1999. № 5. С. 17–23.
2. Дубин Б.В. О поколенческом механизме социальных сдвигов // Куда идет Россия?.. Альтернативы общественного развития. Вып. II / Под общ. ред. Т.И. Заславской. М.: Аспект Пресс, 1995.
3. Кон И.С. Мальчик – отец мужчины. М.: Время, 2009.
4. Кон И.С. Психология ранней юности. М.: Просвещение, 1989.
5. Магун В.С. Ценностный реванш в современном российском обществе // Куда идет Россия?.. Альтернативы общественного развития. М.: Интерпракс, 1994.
6. Магун В.С., Руднев М.Г. Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2008. № 1. С. 33–58.
7. Магун В.С., Руднев М. Г. Сходства и отличия базовых ценностей россиян и других европейцев // Россия в Европе. По материалам международного сравнительного социологического проекта «Европейское социальное исследование» / Отв. ред. А.В. Андреевкова, Л.А. Беляева М.: Академия, 2009.
8. Магун В. С., Руднев М. Г. Базовые ценности – 2008: сходства и различия между россиянами и другими европейцами. Препринт WP6/2010/03. Гос. ун-т – Высшая школа экономики. М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. URL: http://www.hse.ru/data/2010/11/09/1223233543/WP6_2010_03-fff.pdf
9. Окольская Л.А. Трудовые ценности и нормы в содержании учебников для начальной школы: сегодня и 20 лет назад // Вопросы образования. 2007. № 2. С. 68–85.
10. Руднев М.Г., Магун В.С. Сравнение детерминации базовых ценностей в разных европейских странах. Неопубликованный доклад на ежегодном собрании Европейской ассоциации исследователей общественного мнения (ESRA). Варшава, июль, 2009 г.
11. Alwin D. F., Krosnick J. A. Aging, cohorts, and the stability of sociopolitical orientations over the life span // Amer. J. Sociology. 1991. V. 97. N 1 (July). P. 169–95.
12. Alwin D., Scott J. Attitude change: its measurement and interpretation using longitudinal surveys // Taylor B., Thomson K. (eds). Understanding change in social attitudes. Dartmouth: Aldershot et al., 1996.
13. Davidov E., Schmidt P., Schwartz S.H. Bringing values back in: The adequacy of the European social survey to measure values in 20 countries // Public Opinion Quart. 2008. V. 72. N 3. P. 420–445.
14. Giuliano P., Spilimbergo A. Growing up in a recession: Beliefs and the macroeconomy. Working paper 15321. National Bureau of Economic Research. Cambridge, MA, 2009.
15. Inglehart R. Modernization and postmodernization. Cultural, economic, and political change in 43 societies. Princeton, NJ: Princeton Univ. Press, 1997.
16. Krosnick J. A., Alwin D. F. Aging and susceptibility to attitude change // J. Pers. and Soc. Psychol. 1989. V. 57. P. 416–425.
17. McClelland D.C. The achieving society. Princeton, N.J.: Van Nostrand, 1961.
18. Schwartz S.H. Universals in content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries // Zanna M.P. (ed.). Advances in experimental social psychology. San Diego, CA: Academic Press, 1992. V. 25. P. 1–65.
19. Schwartz S.H., Bilsky W. Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications // J. Pers. and Soc. Psychol. 1990. V. 58. P. 878–891.
20. Schwartz S.H. et al. Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement / Schwartz S.H., Melech G., Lehmann A., Burgess S., Harris M., Owens V. // J. of Cross-Cultural Psychol. 2001. V. 32. N 5. P. 519–542.