

*На правах рукописи*

Руднев Максим Геннадьевич

**БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ:  
СРАВНЕНИЕ РОССИЯН С ЖИТЕЛЯМИ  
ДРУГИХ ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН**

Специальность 22.00.04 — «Социальная структура, социальные институты и процессы»

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени

кандидата социологических наук

Москва – 2009

Диссертация выполнена в Учреждении Российской академии наук  
Институт социологии РАН  
Сектор исследований личности

**Научный руководитель:**

кандидат психологических наук,  
доцент Магун Владимир Самуилович

**Официальные оппоненты:**

доктор социологических наук,  
профессор Тихонова Наталья Евгеньевна

кандидат социологических наук  
Данилова Елена Николаевна

**Ведущая организация:**

Российский университет дружбы народов

Защита состоится 23 сентября 2009 г. в \_\_\_\_\_ часов на заседании Диссертационного совета Д 002.011.02 в Учреждении Российской академии наук Институт социологии РАН, по адресу: 117218, г. Москва, ул. Кржижановского, д.24/35, корп. 5, ауд. 323.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Учреждения Российской академии наук Институт социологии РАН.

Автореферат разослан «\_\_\_\_\_» августа 2009 г.

Ученый секретарь  
Диссертационного совета

кандидат социологических наук  
И. О. Тюрина

## **I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИИ**

**Актуальность темы исследования** обусловлена значимостью проблемы соотношения в развитии российского общества явлений, процессов и закономерностей, *общих* для многих стран мира и *специфических* для России. Важность этой проблемы особенно возросла в связи с процессами быстрых социальных изменений последних десятилетий и необходимости определения путей дальнейшей трансформации российского общества. Для решения этой проблемы необходимы конкретные знания о сходствах и различиях между населением России и других стран мира, а знаний этих пока крайне мало.

Эти соображения в полной мере применимы к сравнительному изучению *ценностей* россиян, которому посвящена данная работа. Для решения указанной выше проблемы необходимы знания о сходствах и отличиях в ценностях между россиянами и жителями других стран, но в этой области знаний наблюдается явный дефицит сравнительных исследований. Еще в начале 1990-х гг. в литературе отмечалось, что российские исследования ценностей «недостаточно компаративны»<sup>1</sup>. За время, прошедшее с момента этой констатации, появились, конечно, исследования, где российские ценности сравниваются с ценностями населения других стран, но их пока сравнительно немного и большинство результатов представлены в них только в виде усредненных по странам показателей.

### **Степень научной разработанности проблемы**

Существующие международные сравнительные исследования ценностей почти никогда не фокусируются на россиянах и редко выходят за рамки сравнения ценностей «средних представителей» различных стран. В то же время эти исследования включают данные о россиянах и могут выступать базой для формулировки гипотез. Прежде всего, это три крупнейших проекта по сравнительному изучению ценностей под руководством Р. Инглхарта, Г. Хофстеде и Ш. Шварца.

Рональд Инглхарт, используя данные «Европейского исследования ценностей» (European Values Survey) и инициированного им самим «Всемирного исследования ценностей» (World Values Survey), продемонстрировал связь распространенности среди населения тех или иных ценностей с уровнем модернизации общества, уровнем его экономического развития и демократизации<sup>2</sup>. Было показано, что россияне, в сравнении с представителями других европейских стран, характеризуются крайне высокой значимостью *материалистических* ценностей или ценностей *выживания* (в противовес

---

<sup>1</sup> Докторов Б.З. Россия в европейском социокультурном пространстве // Социологический журнал. — 1994. — № 3. — С. 4-19.

<sup>2</sup> Inglehart, Ronald. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies. — Princeton, NJ: Princeton University Press, 1997. — 453 p.

ценностям *самовыражения*), а также средне-высоким уровнем *секулярно-рациональных* ценностей (в ущерб ценностям *традиции*). Большинство же европейских стран обладают высокой значимостью ценностей *самовыражения*, но мало отличаются от россиян по ценностям *традиции-секулярности*. При этом постсоциалистические страны Восточной Европы оказались значительно ближе к России по своим ценностям, чем остальная Европа. (К близким выводам пришли российские исследователи А. В. Андрееenkova и В. С. Магун, использовавшие для анализа те же базы данных, что Инглхарт и его коллеги<sup>3</sup>). Свои ключевые выводы Инглхарт делает, опираясь на средние по странам ценностные показатели, не принимая в расчет внутристрановой разброс ценностей населения. Кроме того, методика его исследований часто подвергается критике за ненадежность конкретных индикаторов (например, за измерение ценностей через отношение к нынешнему правительству).

Геерт Хофстеде, на основании опроса менеджеров в нескольких десятках стран мира вывел четыре параметра ценностей культуры (позже их стало пять и совсем недавно – семь), которые, по его убеждению, являются универсальными координатами межкультурных различий<sup>4</sup>. Хофстеде тоже изучал ценности на уровне общестрановых средних показателей, не беря в расчет внутристранового разброса ценностей. Опросы проводились на маленьких выборках респондентов, принадлежащих одной профессиональной группе, то есть не репрезентировали население изучаемых стран. Теоретический подход к изучению ценностей был разработан им «под» имеющиеся данные, то есть постфактум. В России опрос не проводился, но Хофстеде по косвенным признакам предсказал, что россияне отличаются очень высокой *Дистанцией власти* (одобрение социального неравенства) и сильным *Избеганием неопределенности* (стабильность, безопасность), а по *Маскулинности* и *Индивидуализму* имеют средне-низкие баллы. По результатам опросов проекта GLOBE, развивающего идеи Хофстеде, оказалось, что для российских менеджеров (в сравнении с менеджерами из десятков других стран), действительно, высоко значимы ценности *Избегания неопределенности*, а также крайне низко выражены ценности *Институционального коллективизма* и *Ориентации на результат*. Ю. В. Латов, Н. В. Латова, А. Н. Наумов, Е. Н. Данилова и М. И. Тарарухина проводили опросы различных групп населения России по методике Хофстеде. Эти данные не репрезентируют население России и не сравнимы с данными Хофстеде по другим странам. В ходе упомянутых опросов выполнялись не все

---

<sup>3</sup> Андрееenkova А.В. Материалистические/постматериалистические ценности в России // Социологические исследования. — 1994. — № 11. — С. 73–81. Магун В.С. Динамика трудовых ценностей российских работников: 1991–2004 гг. // Российский журнал менеджмента. — 2006. — № 4. — С. 45–74.

<sup>4</sup> Hofstede Geert. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations. 2nd Edition. — Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2001. — 596 p.

методологические требования; полученные разными исследователями результаты довольно сильно расходятся между собой.

Ш. Шварц и В. Билски разработали теорию базовых жизненных ценностей и с помощью опросов, проведенных на небольших выборках учителей и студентов в десятках стран мира подтвердили ее, а затем Шварц и его соавторы продемонстрировали многочисленные связи базовых ценностей с различными характеристиками индивидов и стран (культур). По результатам применения «культурной» версии методики Шварца выяснилось, что Россия, также как и другие постсоциалистические страны, имеет крайне высокие значения ценностей *Иерархии* и *Сохранения*, а также значимо более низкие, чем в остальной Европе, значения ценностей *Равенства*, *Господства*<sup>5</sup>, *Интеллектуальной* и *Аффективной Автономии*. Ш. Шварц и А. Барди назвали обнаруженную ими в этих странах систему ценностей «синдромом адаптации к коммунистическому режиму»<sup>6</sup>. В России с использованием этой методики исследования ценностей проведены Г. М. Андреевой, И. К. Безменовой, Е. М. Дубовской, И. Г. Дубовым, Н. М. Лебедевой, А. Г. Левинсоном, А. Н. Татарко, О. А. Тихомандрицкой и др. Все эти авторы использовали различные выборки и получили весьма различающиеся результаты

Наряду со сравнительными исследованиями базовых ценностей проведены исследования близких явлений – таких как «национальный характер» (А. Инкелес, Д. Левинсон), «национальные черты характера» (Р. МакКре, А. Терракиано и др.), «культурные синдромы» (Г. Триандис), «социальные аксиомы» (М. Х. Бонд, К. Леунг) и др. Эти явления имеют много общего с ценностями и дают близкие по содержанию результаты. Однако, эти исследования также проводились на небольших выборках и опираются на общестрановые показатели, не учитывающие внутривострановой неоднородности.

Ряд сравнительных исследований проводился в коммерческих целях – это, в частности, проекты RISC (Б. З. Докторов), GLOBE (R. J. House, M. Javidan, M. Грачев), INRA (Б. В. Дубин), ROPER (А. А. Голов), исследования Ф. Тромпенаарса и др. В отчетах о них также приводятся сведения о ценностях россиян, но методология этих исследований не раскрывается, что ограничивает их использование в научных целях.

В России эмпирическое изучение базовых ценностей россиян ведется достаточно активно, однако крайне редко носит сравнительный характер и не всегда основывается на общероссийских выборках. Сюда относятся исследования В. А. Ядова и его

---

<sup>5</sup> Под «Господством» подразумевается параметр Шварца «Mastery», который можно также перевести как «контроль над событиями жизни» или «внутренний локус контроля».

<sup>6</sup> Schwartz S.H., Bardi A. Influences of adaptation to communist rule on value priorities in Eastern Europe. // Political Psychology. — 1997. — Vol.18, #2. — P. 385-410.

сотрудников<sup>7</sup>, Н. И. Лапина, Л. А. Беляевой и их сотрудников<sup>8</sup>, исследования Фонда «Общественное мнение», выполненные И. Г. Дубовым, А. А. Ослоном, Л. М. Смирновым, И. М. Клямкиным, Б. Г. Капустиным, В. В. Лапкиным, В. И. Пантиним и продолженные В. П. Горяиновым, а также коллективом авторов под руководством А. В. Рябова и Е. Ш. Курбангалеевой в проекте «Базовые ценности россиян»<sup>9</sup>. Важные исследования ценностей выполнены социологами «Левада-центра» (А. А. Голов, Л. Д. Гудков, Б. В. Дубин, Н. А. Зоркая, Ю. А. Левада). Кроме того, существует большое количество исследований, фокусирующихся на отдельных видах ценностей (трудовых, военных, религиозных и т.п.), на отдельных социальных группах (молодежь, студенты, население отдельных регионов и т.п.). Это работы А. С. Антиповой, Н. В. Зоткина, В. В. Гаврилюк, С. В. Медведко, П. А. Михеева, Л. З. Сафиуллиной, С. С. Соловьева, Н. А. Трикоз, С. П. Утехина, В. В. Форсовой, Ю. Р. Хайруллиной, Н. Н. Цветаевой, Е. С. Элбакян и целого ряда других исследователей. В рамках социальной психологии изучением ценностей занимаются Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко, Н. А. Журавлева и другие.

Отдельно стоит отметить систематические исследования, сфокусированные на изучении различных социальных процессов и явлений – таких, как модернизация, бедность, идентичность, – и активно использующих в этом контексте понятие ценностей. Это ряд исследований под руководством М. К. Горшкова<sup>10</sup>, а также исследования Н. Е. Тихоновой, в которых ценности выступают одним из элементов изучения российского среднего класса и процессов модернизации российского общества<sup>11</sup>.

Значимость «внутристрановых» российских исследований ценностей для подходов, нацеленных на их сравнительный межстрановой анализ, заключается в том, что в них подробно рассматривается внутренняя структура ценностей россиян, во многих из них подчеркивается ценностная *неоднородность* населения России.

Предпринятый анализ степени разработанности проблемы позволяет перейти к формулированию цели и задач данного диссертационного исследования.

---

<sup>7</sup> Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / под ред. В.А. Ядова. — Л.: Наука, 1979. — 264 с.

<sup>8</sup> Динамика ценностей населения реформируемой России. Под ред. Н.И. Лапина и Л.А. Беляевой. — М.: Эдиториал УРСС, 1996. — 224 с.

<sup>9</sup> Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы / под ред. Рябова А.В., Курбангалеевой Е.Ш. — М.: Дом интеллектуальной книги, 2003. — 448 с.

<sup>10</sup> См. например – Российская идентичность в социологическом измерении. (ИНАБ, Выпуск №3) / под общ. ред. М.К.Горшкова — М.: Институт социологии РАН, 2008.— 72 с.

<sup>11</sup> См. например – Тихонова Н. Е. Социокультурная модернизация в России. (Опыт эмпирического анализа). // Общественные науки и современность. — 2008. — № 2. — С. 5-23 (статья 1); № 3. — С. 5-20 (статья 2); Средний класс в современной России / отв. ред. М.К.Горшков, Н.Е.Тихонова. — М.: Ин-т социологии РАН, 2008. — 320 с.; Тихонова Н.Е., Мареева С. В. Средний класс: теория и реальность. — М.: Альфа-М, 2009. — 320 с.

**Цель** исследования – выявить сходства и различия между базовыми ценностями российского населения и ценностями населения других европейских стран.

**Объект** исследования – население современной России и 30 других европейских стран<sup>12</sup>.

**Предмет** исследования – базовые ценности населения России и 30 других европейских стран.

Перед исследованием стоят следующие **задачи**:

1) проанализировать отечественную и зарубежную научную литературу, посвященную сравнительному исследованию базовых ценностей, включая ценности россиян;

2) сравнить базовые ценности россиян с ценностями населения других стран Европы на уровне страновых средних, чтобы: а) выявить сходства и характер отличий в базовых ценностях между средним россиянином и средними представителями других европейских стран; б) выявить сходства и отличия между иерархией базовых ценностей среднего россиянина и ценностными иерархиями средних представителей других стран;

3) сравнить базовые ценности россиян с ценностями населения других стран Европы с учетом внутрисканового разброса ценностей;

4) выявить различия базовых ценностей между Россией и другими европейскими странами, остающиеся после устранения влияний со стороны различий социального состава населения разных стран (их называют «несмещенными», или «чистыми»);

5) сравнить степень влияния страновой принадлежности и социально-демографических характеристик на базовые ценности.

На основании анализа имеющейся литературы были выдвинуты следующие **гипотезы** исследования:

1) по сравнению с населением большинства европейских стран россияне придают бóльшую значимость ценностям материального благополучия и безопасности;

2) население России похоже по своим базовым ценностям на население других постсоциалистических европейских стран;

3) население России, так же, как и население других европейских стран, является неоднородным по своим базовым ценностям – в его составе имеется ценностное большинство и ценностное меньшинство.

**Научная новизна диссертационной работы:**

1. В диссертации описаны сходства и характер отличий между россиянами и жителями других европейских стран по широкому набору базовых ценностей. От других

---

<sup>12</sup> В работе используется понятие "расширенной Европы", куда включены Турция и Израиль.

исследований подобного рода выводы диссертации отличаются, во-первых, тем, что сравнения основаны на более широком наборе ценностей, во-вторых, тем, что сопоставления проведены не только по среднестрановым показателям, но и с учетом внутренней ценностной неоднородности населения каждой страны и, в-третьих, тем, что показана устойчивость межстрановых различий в базовых ценностях между Россией и другими европейскими странами после устранения влияний со стороны различий в социальном составе населения разных стран.

2. Показано, что большинство россиян относится к двум общеевропейским ценностным типам, где лидируют представители постсоциалистических стран. Помимо этого, существует значимое меньшинство (22%) россиян, которое разделяет нетипичные для большинства россиян ценности и относится к другим ценностным типам, где «задают тон» представители старых капиталистических стран.

3. Показано, что две ценностных оси – *Открытость изменениям* – *Сохранение* и *Самоотдача* – *Самоутверждение* принципиально различаются по соотношению влияющих на них факторов. В отношении ценностной оси *Открытость изменениям* – *Сохранение* более сильные связи были зафиксированы с полом и особенно возрастом респондентов, а их страновая принадлежность связана с этими ценностями в меньшей степени. Что же касается значений по оси *Самоотдача* – *Самоутверждение*, то в этом случае, наоборот, они заметно сильнее связаны со страновой принадлежностью респондента, чем с полом и возрастом. Таким образом, возникновение одного типа ценностей, описываемых осью *Открытость* – *Сохранение*, объясняется в основном социально-демографическими характеристиками респондента, и лишь в малой степени страной проживания, а вот положение респондента на ценностной оси *Самоотдача* – *Самоутверждение* определяется прежде всего страной его проживания и почти не связано с социально-демографическими характеристиками.

4. Методическая новизна исследования состоит в том, что сравнение базовых ценностей одновременно строилось на основе показателей трех уровней интеграции: на основе исходных ответов респондентов на вопросы анкеты, на основе ценностных индексов второго порядка, а также на основе интегральных ценностных осей. Это позволило представить результаты с разной степенью компактности и конкретизации, а также повысить их надежность.

### **Теоретико-методологические основы исследования**

Теоретическими предпосылками исследования являются работы классиков социологии (Э. Дюркгейма, М. Вебера, Т. Парсонса), привлечших внимание к ценностям как важному феномену социальной жизни, а также специалистов, создавших

8



концептуальные рамки для современных эмпирических, в том числе и сравнительных исследований ценностей (М. Рокич, Ш. Шварц, Р. Инглхарт).

**Основные понятия исследования.** Говоря о **ценностях населения**, мы понимаем под ними ценности массовых слоев населения, в отличие от идеологических ценностей, содержащихся в сознании элит и в различных культурных продуктах их деятельности.

Традиционное понимание ценностей было связано с моралью и подразумевало общезначимые цели, воплощающие общественное благо. Постепенно, параллельно изменению научных представлений о человеке, смысл понятия «ценность» расширялся, и в работах М. Рокича и Ш. Шварца, создавших наиболее распространенные методики для измерения ценностей, появились индивидуализированные трактовки этого понятия как убеждения человека в значимости объекта или явления *для него лично*.

В данной работе мы сосредоточимся на изучении **индивидуальных ценностей**, понимая их как убеждения человека в значимости (важности) *лично для него* некоторого объекта или явления. Эти ценности выступают в качестве стандартов, с которыми человек соотносит реальное положение вещей. Они также выступают в качестве потенциальных побудителей практических или вербальных действий индивида.

Понятие **базовых ценностей** используется нами вслед за другими авторами с тем, чтобы выделить конечные, целевые (и потому более обобщенные, абстрактные) ценности человека, на основе которых формируется все множество инструментальных (оперативных, текущих, ситуативных) ценностей, в большей степени определяющих конкретное содержание его активности.

**Методы исследования.** Для решения задач, поставленных в исследовании, использовались как общенаучные методы познания – теоретический анализ, обобщение научной литературы, так и методы, специфические для эмпирического количественного социологического исследования: использование баз данных, содержащих результаты массовых опросов, статистический анализ данных (в том числе корреляционный, дисперсионный, факторный, регрессионный, кластерный анализы).

Данные о базовых ценностях получены с помощью «Портретного ценностного опросника», разработанного Ш. Шварцем и включенного в анкету Европейского социального исследования.

В основе методики лежат представления Шварца и Билски<sup>13</sup> о том, что базовые ценности выражают в форме осознанных целей три универсальных императива

---

<sup>13</sup> Schwartz S.H., Bilsky W. Toward a psychological structure of human values. // Journal of Personality and Social Psychology. — 1987. — Vol. 53, #3. — P. 550–562; Schwartz S.H., Bilsky W. Toward a theory of the

человеческого существования, с которыми вынуждены считаться все индивиды и общества. Речь идет о потребностях индивида как биологического организма (1), о требованиях, вытекающих из необходимости координированного взаимодействия между людьми (2) и о потребностях человеческих групп в выживании и благополучии (3). Исходя из этих соображений, Шварц и его коллеги выделили 10 базовых ценностей, которые и использовали в сравнительных межстрановых исследованиях.

С учетом методических ограничений<sup>14</sup> в анкете Европейского социального исследования удалось надежно измерить только 7 (то есть частично укрупнить 10, предлагаемых Шварцем) индексов базовых ценностей, которые и используются в диссертации. Кроме того, в работе используются две ценностные оси, сконструированные нами на основе факторного анализа исходных показателей Шварца, отражающие взаимоотношения между отдельными ценностями.

**Межстрановые сходства и различия** ценностей определялись в работе двумя способами: путем сравнения агрегированных показателей (общестрановых средних величин) и путем сопоставления внутристрановых распределений ценностных показателей в различных странах.

**Эмпирической базой** работы являются данные 3-го раунда Европейского социального исследования, проведенного в 2006-2007 гг. на репрезентативных выборках в 25 европейских странах, а также заимствованные из других раундов данные по 6 странам, не включенным в 3-ий раунд<sup>15</sup>. В итоге анализируемое количество стран составляет 31, общая выборка – 59100 респондентов. В России Европейское социальное исследование осуществляет Институт сравнительных социальных исследований (Национальный координатор проекта – канд. полит. н. А.В. Андреев)<sup>16</sup>, объем российской выборки – 2437 респондентов. Помимо ценностных показателей, используются полученные в рамках того же исследования данные из других блоков анкеты – данные об установках, удовлетворенностях, социально-демографических характеристиках респондентов.

Надежность выводов, полученных в данном исследовании, в ряде случаев можно было проверить путем сопоставления с результатами других исследований.

### **Положения диссертации, выносимые на защиту**

---

universal content and structure of values: extensions and cross-cultural replications. // *Journal of Personality and Social Psychology*. — 1990. — Vol. 58, #5. — P. 878–891.

<sup>14</sup> 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 Quarterly*. — 2008. — Vol. 72, #3. — P. 420–445. Davidov, E. A cross-country and cross-time comparison of the human values measurements with the second round of the European Social Survey. // *Survey Research Methods*. — 2008. — Vol. 2, #1. — P. 33–46.

<sup>15</sup> Официальный сайт Европейского социального исследования. URL: <http://www.europeansocialsurvey.org>

<sup>16</sup> Веб-сайт российского проекта ЕСИ. URL: <http://www.ess-ru.ru>

1. Средний россиянин существенно отличается от средних представителей большинства «старых» капиталистических стран Северной и Западной Европы (а иногда и от постсоциалистических стран Восточной и Центральной Европы) большей выраженностью ценностей благосостояния, личного успеха, влияния на людей и безопасности и меньшей значимостью ценностей заботы об окружающих людях и природе, риска, новизны, самостоятельности и гедонизма. В то же время средний россиянин во всех случаях обладает ценностной общностью с представителями хотя бы нескольких европейских стран, чаще всего постсоциалистических.

2. Население России, как и всех остальных европейских стран, неоднородно по своим базовым ценностям. При разбиении всего массива респондентов на «сквозные», не учитывающие их страновую принадлежность ценностные типы, в России обнаруживается ценностное большинство, чьи предпочтения совпадают с ценностями среднего россиянина, и заметное меньшинство, разделяющее ценности, более характерные для населения стран Западной и Северной Европы.

3. Межстрановые отличия в базовых ценностях между Россией и другими европейскими странами не сводятся к различиям в социальном составе населения. При контроле за социально-демографическими характеристиками респондентов указанные выше различия между ценностями россиян и жителей других европейских стран не только сохраняются, но становятся еще более отчетливыми.

4. Страновая принадлежность, с одной стороны, и социально-демографические характеристики респондентов, с другой, по-разному влияют на ценности респондентов: положение индивида на оси *Самоотдачи – Самоутверждения* зависит, в первую очередь, от страны его проживания, а на оси *Открытости изменениям – Сохранения*, в основном, от его социально-демографических характеристик.

**Практическая значимость** работы определяется тем, что российское общество и российские граждане получают адекватную информацию о реально существующих отличиях и сходствах между россиянами и другими европейцами. (Эта информация стала доступной российскому экспертному сообществу через наши публикации в научных изданиях, а массовому читателю – через публикации в популярных печатных и электронных изданиях). Данная информация повышает уровень общественного самосознания, что сказывается на выработке более эффективных коллективных и индивидуальных решений, способствует развитию контактов и взаимопонимания на уровне индивидов, организаций и стран.

Следуя традиции, заложенной М. Вебером, многие современные исследователи обращают внимание на важную роль ценностей в развитии экономики, на создаваемые

ими благоприятные обстоятельства или же препятствия («культурные барьеры»)<sup>17</sup>. Описание различий между российскими ценностями и ценностями населения других европейских стран способствует конкретизации содержания ценностного контекста экономического развития. Можно, в частности, заметить, что слабая, в сравнении с большинством европейских стран, выраженность у россиян таких ценностей, как *Риск-новизна* и *Самостоятельность*, и, наоборот, сильная выраженность ценности *Безопасность* являются одним из барьеров на пути развития инновационной экономики.

### **Апробация работы**

Основные положения и выводы диссертационного исследования представлялись и обсуждались на 3-ей Конференции Европейской ассоциации исследователей общественного мнения ESRA-2009 (Польша, Варшава, июль 2009 г.), на IX и X Международных научных конференциях ГУ-ВШЭ по проблемам развития экономики и общества (Москва, апрель 2008 и 2009 гг.), на III Всероссийском социологическом конгрессе (Москва, октябрь 2008 г.), на ученом совете Социологического института РАН (Санкт-Петербург, май 2008 г.), на семинарах ГУ-ВШЭ «Экономическая политика в условиях переходного периода» (Москва, июнь 2009 г.) и «Модернизация России: успехи, препятствия, перспективы (по материалам эмпирических исследований)» (Москва, декабрь 2008 г.), на Публичном социологическом семинаре Санкт-Петербургского филиала ГУ-ВШЭ (Санкт-Петербург, март 2009 г.), а также на Аспирантском семинаре и Аспирантской конференции Института социологии РАН (Москва, июнь 2008 и апрель 2009 гг.).

Основные результаты диссертационного исследования изложены соискателем в 4 научных публикациях.

### **Структура диссертации**

Диссертация состоит из введения, пяти глав, заключения, списка литературы и двух приложений. Текст диссертации содержит 16 таблиц и 25 рисунков. Библиография включает 187 наименований источников.

## **II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ**

Во **Введении** обосновывается актуальность темы исследования, характеризуется состояние разработки проблемы, определяются объект, предмет, цели и задачи

---

<sup>17</sup> См. например: Харрисон Л. Кто процветает? Как культурные ценности способствуют успеху в экономике и политике. М.: Новое издательство, 2008. — 300 с.; Ясин Е., Снеговая М. Тектонические сдвиги в мировой экономике: что скажет фактор культуры. — М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2009. — 138 с.; Тихонова Н. Е. Социокультурная модернизация в России...

исследования, излагаются теоретико-методологические основы, научная новизна и практическая значимость работы.

Первая глава **«Сравнительные эмпирические исследования ценностей: аналитический обзор»** содержит обзор сравнительных социологических исследований базовых ценностей и близких к ним явлений.

В параграфе 1.1 *«Различные подходы к определению понятия ценности в социологии»* кратко описывается история понимания термина «ценность» в различных подходах. Историки философии относят начало теоретического изучения ценностей ко времени древнегреческой философии<sup>18</sup>. Выделяться в качестве специального предмета систематического исследования ценности стали в конце 19 века, когда и сложилась специализированная философская дисциплина – аксиология. Примерно в то же время в экономике возникло учение о ценности как «стоимости», а в социологии – о ценности как «значимости».

Корни социологического представления о ценностях лежат в работах В. Дильтея, предложившего разделение «объяснения» и «понимания», которое получило продолжение в работах баденской школы неокантианцев. Яркий представитель этой школы Г. Риккерт описал метод индивидуализирующих (или «понимающих») наук как «отнесение к ценности» (придание значения)<sup>19</sup>. Опираясь на эту идею, М. Вебер обратился к «пониманию» социального действия, и выделил особый тип социального действия – ценностно-рациональный, который «основан на вере в безусловную – эстетическую, религиозную или любую другую – самодовлеющую ценность определенного поведения как такового»<sup>20</sup>. Э. Дюркгейм разработал понятие «коллективных представлений», близкое к понятию ценностей, а В. Парето – понятие «осадков»; и те, и другие характеризовались надындивидуальностью, устойчивостью во времени и принудительной силой по отношению к действиям индивида.

Сходство описываемых Вебером, Дюркгеймом и Парето понятий было отмечено Т. Парсонсом и реализовано в понятии ценностей, которым в структурно-функциональном подходе отводится центральное место – они осуществляют связь между социальной системой и системой личности. К. Клакхон, один из соавторов Парсонса, в своем определении ценностей подчеркивает их влияние на выбор в конкретных ситуациях, на их нормативную функцию, регулирующую поведение «актеров» – индивидов или групп. Ценности передаются из поколения в поколение через

---

<sup>18</sup> Шохин В.К. Философия ценностей и ранняя аксиологическая мысль. — М.: Изд-во РУДН, 2006. — 457 с.

<sup>19</sup> Батыгин Г. С., Подвойский Д. Г. История социологии. Учебник. — М.: Издательский Дом «Высшее Образование и Наука», 2007. — 444 с.

<sup>20</sup> Вебер М. Основные социологические понятия. // Вебер М. Избранные произведения: Пер с нем. М.: Прогресс, 1990. — С. 628.

процесс социализации в виде культурных образцов, и, будучи интернализированными, принуждают «личность» к поведению, необходимому для функционирования социальной системы и культуры. Ценности руководят выбором по пяти типовым переменным, в результате формируется модель поведения, которая управляет поведением реальным. Институционализация ценностных ориентаций представляется Парсонсу кратчайшим путем к улучшению функционирования общества.

Модель, сформулированная структурно-функциональным подходом, была направлена на анализ только одной линии детерминации ценностей – идущей со стороны надиндивидуальных структур к индивиду. Критика односторонности этой модели со стороны «интерпретативного» подхода в социологии способствовала росту популярности индивидуалистической трактовки ценностей, не связывавшей себя какими-либо априорными допущениями об их социальном происхождении. Именно эта трактовка ценностей как феномена внутреннего мира индивида лежит в основе большинства сравнительных эмпирических исследований ценностей.

Определения ценностей, фигурирующие в рамках индивидуалистической трактовки, включают минимальное число признаков, фиксирующих лишь, что ценность – это убеждение человека в значимости лично для него (или как вариант: для некоего сообщества) тех или иных объектов или явлений. Дополнительные характеристики ценностей – например, о детерминирующих их факторах – не априорно постулируются определениях, а проблематизируются и переносятся в разряд исследовательских *вопросов*. В связи с этим большинство масштабных проектов по сравнительному эмпирическому исследованию ценностей не связывают себя изначально рамками какой-либо одной теории, что не мешает авторам этих проектов, например, Р. Инглхарту, по результатам проведенных исследований делать масштабные теоретические выводы.

Принятое нами определение ценностей как убеждений человека в значимости (важности) *лично для него* некоторого объекта или явления, таким образом, вполне согласуется с общим трендом определений, принятых в сравнительных исследованиях ценностей населения.

В параграфе 1.2 «Сравнительные эмпирические исследования ценностей» рассматриваются различные подходы к исследованию ценностей и близких по смыслу явлений, описываются основные результаты эмпирических исследований и выделяются характеристики ценностей россиян, вырисовывающиеся по результатам этих исследований.

Трактовка ценностей в различных исследованиях различалась – как концептуально, так и на уровне конкретных показателей. Поэтому для понимания и осмысленного сравнения этих исследований необходимо вскрывать историю их

возникновения, методики построения и конкретные показатели. Это необходимо, в частности, для обобщения накопленной в этих исследованиях информации о ценностях россиян.

Сравнительные эмпирические исследования ценностей впервые возникли в среде антропологов, изучавших культурные различия (М. Мид, Ф. Боас, Р. Бенедикт, К. ДюБуа, А. Кардинер, Р. Линтон, Дж. Горер и др.)<sup>21</sup>. В социологии сравнительные исследования ценностей были инициированы в 1961 г. «Гарвардским проектом» по изучению ценностей, реализованным Ф. Клакхон и Ф. Стродтбеком. В рамках структурно-функционального подхода они изучали ценностные ориентации представителей пяти культур. Однако абстрактность большинства постулатов структурно-функциональной теории и трудности эмпирической проверки вытекающих из них следствий, заставили исследователей искать новые подходы к изучению ценностей<sup>22</sup>. М. Рокич акцентировал в понятии ценностей субъективный компонент и на основе своего подхода разработал стандартизированный инструмент их измерения, на основе которого провел несколько опросов американского населения, зафиксировав ценностные различия между гендерными, возрастными, расовыми, социально-профессиональными и другими группами. С. Х. Нг с соавторами, развивая идеи Рокича, провел опрос в 9 странах Южной Азии, обнаружив существенную связь ценностей населения с уровнем экономического развития страны. Затем возникли три крупнейших проекта по сравнительному изучению ценностей – это исследования Р. Инглхарта, Г. Хофстеде и Ш. Шварца.

Г. Хофстеде провел опрос менеджеров из десятков стран, включавший, помимо прочего, многие вопросы о ценностях. На основании полученных данных были выведены 4 (затем 5 и 7) параметров ценностей<sup>23</sup>. Хофстеде стал фактически первым исследователем, который эмпирически вывел ценностные *параметры* (dimensions) в противовес дихотомическим категориям. Опроса в России, аналогичного тем, что были в других странах, Хофстеде не проводил, но все же вывел оценки России по четырем параметрам, частично опираясь на небольшой опрос студентов. Россия отличается от большинства стран мира высокой *Дистанцией власти*, что подчеркивает иерархичность институтов и вертикальный характер связей (на языке эмпирических индикаторов это предпочтение авторитарного начальника либеральному и/или страх по отношению к вышестоящим); высоки значения по показателю *Избегания неопределенности*, что выражается прежде всего в конформности и консерватизме, и объясняется реакцией на

---

<sup>21</sup> Лурье С.В. Историческая этнология. — М.: Аспект-Пресс, 1998. — 448 с.

<sup>22</sup> Spates James. The Sociology of Values. // Annual Review of Sociology. — 1983. — Vol. 9. — P. 27–49.

<sup>23</sup> Hofstede Geert. Op. cit.

быстрые социальные изменения последних лет (операционально – это ориентация на соблюдение правил, спокойствие и стабильность на работе). По *Маскулинности* у России средне-низкие баллы, что выражается в относительно низком уровне профессиональной достижительности и ориентации на дружный коллектив и комфортное место работы; а низкий показатель *Индивидуализма* означает лояльность к опекающей корпорации, дающей спокойствие в ущерб различным свободам. По данным проекта GLOBE, развивающего идеи Хофстеде, Россия входит в группы стран, в которых очень широко распространены ценности *Избегания неопределенности* и крайне низко выражены ценности *Институционального коллективизма*, а также *Ориентации на результат*. Наибольшие расхождения между практиками и ценностями (или между тем, «что есть» и «что является желательным») проходят по двум направлениям: менее распространены, но сильнее ценятся *Избегание неопределенности*, *Ориентация на результат*, *на будущее* и *Гуманистическая ориентация*; более распространены, но менее ценятся такие «аспекты культуры» как *Дистанция власти* и *Самоуверенность* в социальных отношениях<sup>24</sup>.

«Всемирное исследование ценностей» охватило более ста стран по всему миру, строится на репрезентативных выборках и (вместе с почти полностью совпадающим с ним по содержанию «Европейским исследованием ценностей») длится уже почти 30 лет. Его инициатор Р. Инглхарт разработал последовательно несколько подходов к объяснению взаимосвязей между культурными (ценности), политическими (уровень демократизации) и экономическими (уровень ВВП) переменными. Последний по времени вариант подхода – это теория «человеческого развития»<sup>25</sup>. Вот пример рассуждений Инглхарта, касающихся советского общества. Советская система, по его мнению, была эффективна лишь для определенного этапа общественно-экономического развития – для индустриализации и модернизации, и эта задача была решена. Но на следующем этапе, когда возникло поколение, выросшее в условиях экономической безопасности, возникла «необходимость» в смене режима. Этого не произошло сразу же, поскольку элиты стремились удержать свое влияние; в таких условиях экономическая и социальная системы становились все более неэффективными, что и привело к коллапсу 1991 г.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Grachev, M.V., Rogovsky N.G., Rakitski B.V. Leadership and Culture in Russia: The Case of Transitional Economy // Culture and Leadership Across the World: The GLOBE Book of In-Depth Studies of 25 Societies. — Psychology Press, 2007. — 1200 p.

<sup>25</sup> Welzel C., Inglehart R., Klingemann H.-R. The theory of human development: A cross-cultural analysis. // European Journal of Political Research. — 2003. — Vol. 42, #3. — P. 341–379.

<sup>26</sup> Inglehart R., Welzel C. Modernization, cultural change, and democracy: The human development sequence. — New York: Cambridge University Press, 2005. — P. 215.



Сегодняшняя Россия на шкале *материализма/постматериализма* расположена на полюсе материализма, на шкале *традиционных/секулярно-рациональных* ценностей находится в центре, но тяготеет к *секулярно-рациональным*; на шкале *выживания/самовыражения* Россия является ярким представителем стран, население которых подчеркивает ценности *выживания*. При этом за 15 лет исследований не зафиксировано заметной динамики ни по одной из шкал (в отличие от многих других «транзитных» стран).

Исследование ценностей Ш. Шварца<sup>27</sup> базировалось на его теории универсальных базовых ценностей. Выведенные параметры базовых ценностей были проверены на распознавание содержания, на полноту списка ценностей, на эквивалентность значений и структуры выделенных ценностей более, чем в 60 странах (культурах).

Россия в терминах культурных ценностных параметров (анализ в рамках нашей работы строится на ценностных параметрах другого – индивидуального – уровня) как и другие постсоветские страны, имеет высокие значения ценностей *Иерархии* и *Принадлежности*, и значимо более низкие, чем в остальной Европе, ценности *Равенства*, *Господства*, *Интеллектуальной* и *Аффективной Автономии*. Возникновение именно таких ценностей Шварц объясняет условиями жизни в тоталитарном обществе, к которым на протяжении нескольких десятков лет людям приходилось адаптироваться. Эти выводы основаны на небольших выборках, не репрезентирующих население изучаемых стран (около 200 студентов и 200 учителей в каждой стране), и – так же, как и большинство выводов других исследователей, получены путем сравнения общестрановых средних значений.

В параграфе 1.3 описываются отечественные исследования ценностей. Большинство из них не носит сравнительного характера. Важность этих исследований в контексте настоящей работы состоит в том, что они свидетельствуют о ценностной неоднородности российского общества и побуждают перейти от сравнения ценностей по агрегированным общестрановым показателям к сравнениям, учитывающим эту внутространовую неоднородность.

Эмпирические исследования ценностей россиян, не носящие сравнительного характера, можно разделить на четыре основных направления. Первое связано с работой коллектива авторов под руководством В. А. Ядова, разработавшего диспозиционную концепцию и поместившего ценностные ориентации на наиболее высокий уровень системы индивидуальных диспозиций. С целью проверки этой теоретической модели в

---

<sup>27</sup> Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. // Advances in experimental social psychology / ed. By M. Zanna. — New York: Academic Press, 1992. — Vol. 25. — P. 1-65.

1970-ые годы был проведен опрос ленинградских инженеров проектных институтов, в дальнейшем она использовалась в целом ряде других исследований. Второе – это проект «Наши ценности сегодня», осуществляемый под руководством Н. И. Лапина, начиная с 1990 г. По оригинальной методике проведено несколько волн обследования ценностей населения по общероссийским выборкам. Н. И. Лапин, Л. А. Беляева и их коллеги рассматривают изменения ценностей в контексте социальных трансформаций российского общества и связывают их динамику с проводимыми в стране реформами. Третье – это цикл исследований, начатый в Фонде «Общественное мнение» И. Г. Дубовым, А. А. Ослоном и Л. М. Смирновым и получивший дальнейшее развитие в исследовании ценностей населения Томской области. Разработкой и анализом данных ФОМа занимались И. М. Клямкин, Б. Г. Капустин, В. В. Лапкин, В. И. Пантин, В. П. Горяинов и др. Четвертый комплекс работ – это исследования ценностей, отраженные в ряде публикаций «Левада-центра» (А. А. Голов, Л. Д. Гудков, Б. В. Дубин, Н. А. Зоркая, Ю. А. Левада). Кроме того, существует большое количество исследований, фокусирующихся на отдельных видах ценностей (трудовых, военных, религиозных и т.п.), на отдельных социальных группах (молодежь, студенты, население отдельных регионов и т.п.). В рамках социальной психологии изучением ценностей занимались Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко, Н. А. Журавлева и другие.

Отдельно стоит отметить систематические исследования, сфокусированные на изучении различных социальных процессов и явлений – таких, как модернизация, бедность, идентичность, – и активно использующих в этом контексте понятие ценностей. Это ряд исследований под руководством М. К. Горшкова, а также исследования Н. Е. Тихоновой, в которых ценности выступают одним из элементов изучения российского среднего класса и процессов модернизации российского общества.

Первая глава завершается попыткой нарисовать ценностный портрет россиян с учетом достижений каждого из рассмотренных исследовательских подходов. Делается вывод о принципиальном сходстве результатов различных исследователей и в то же время о методологических ограничениях полученных ранее результатов. Исходя из этого, формулируются цель, задачи и гипотезы настоящего исследования.

Вторая глава **«Методология исследования»** содержит сведения об используемых в исследовании методах и методиках, описывает индикаторы, с помощью которых измерялись ценности, техники их статистической обработки, характеристики массивов данных, а также общую стратегию их анализа.

В параграфе 2.1 *«Методическая и эмпирическая база исследования»* мы описываем преимущества методики Ш. Шварца как наиболее методологически разработанного способа измерения базовых ценностей и затем, в соответствии с нашими

целями и задачами, обосновываем выбор для анализа массивов данных Европейского социального исследования (ЕСИ). Далее описываются процедуры сбора данных, особенности выборки, приводится список стран-участниц (всего 31 страна) и объясняется смысл применяемых в дальнейшем анализе весов. Приводятся формулировки вопросов анкеты, на основе которых в дальнейшем будут построены ценностные показатели. Всего вопросов 21, каждый из них – это словесный ценностный портрет, который предлагается оценить по шкале от 1 – «очень похож на меня», до 6 – «совсем не похож на меня».

В параграфе 2.2 «*Ценностные показатели*» раскрыт алгоритм вычисления трех наборов ценностных показателей, относящихся к разным уровням интеграции. Первый набор показателей (показатели «первого уровня») берется непосредственно из ответов респондента на вопросы анкеты и представляет собой 21 оценку каждого из предложенных в анкете портретов.

Второй набор показателей – это 7 ценностных индексов «второго уровня», сконструированных путем суммирования и усреднения ответов на несколько вопросов анкеты. (Изначально Шварц предполагал конструировать на основании данного опросника 10 ценностных индексов, однако исследования Э. Давидова, П. Шмидта и самого Ш. Шварца по сравнимости этих индексов в разных странах, а также многомерное шкалирование, предпринятое нами на рассматриваемом массиве данных, показало необходимость укрупнения 10 индексов до 7). Вот эти 7 индексов: *Безопасность, Конформность-Традиция, Риск-Новизна, Самостоятельность, Гедонизм, Самоотдача, Самоутверждение*.

Следующие два показателя принадлежат к наиболее высокому – третьему – уровню интеграции. Это две ценностные оси, которые строятся на основе факторного анализа 21 показателя «первого уровня», т.е. на основе исходных оценок ценностных портретов, взятых из анкеты. Эти два интегральных показателя представляют собой индивидуальные факторные значения 2-го и 3-го выделенных факторов (1-й фактор характеризует предпочитаемый респондентом «стиль реагирования» и в содержательном анализе не участвует). Данные ценностные оси, в отличие от индексов «второго уровня», являются эмпирически построенными, а не сконструированными априори. В то же время они, в целом, близки по содержанию к ценностным осям, которые конструируются Шварцем по несколько более простому алгоритму, и получили аналогичные названия: *Открытость изменениям – Сохранение* и *Самоотдача – Самоутверждение*.

В диссертации описана также процедура «центрирования», которая используется для корректировки описанных показателей, с целью «очистить» их от влияния

предпочитаемого респондентом стиля работы со шкалой ответов – например, от привычки выбирать в ответ на все вопросы только высокие или только низкие баллы.

В параграфе 2.3 «*Общая стратегия анализа данных*» указывается, что поиск различий и сходств между ценностями россиян и других европейцев будет основываться на двух разных способах сравнения - сравнении страновых агрегированных показателей (средних величин) и сравнении стран с учетом их внутренней неоднородности. в качестве первого, наиболее простого, шага предпринимается сравнение ценностей *среднего россиянина со средними представителями* различных европейских стран. Большая же часть анализа будет проводиться с учетом внутренней ценностной неоднородности стран и опираться на данные о ценностях *отдельных респондентов*.

В параграфе 2.4 «*Статистические методы, применяемые для анализа данных*» описывается смысл и некоторые особенности используемых в дальнейшем анализе статистических техник: однофакторного дисперсионного анализа, корреляционного, факторного, кластерного (на основе *k*-средних и иерархического), множественного регрессионного анализа и многомерного шкалирования.

В 3, 4 и 5 главах излагаются результаты анализа данных по базовым ценностям россиян в сравнении с представителями других европейских стран.

В третьей главе «**Базовые ценности среднего россиянина по сравнению с ценностями средних представителей других европейских стран: анализ агрегированных данных**» сравниваются среднестрановые значения ценностных показателей.

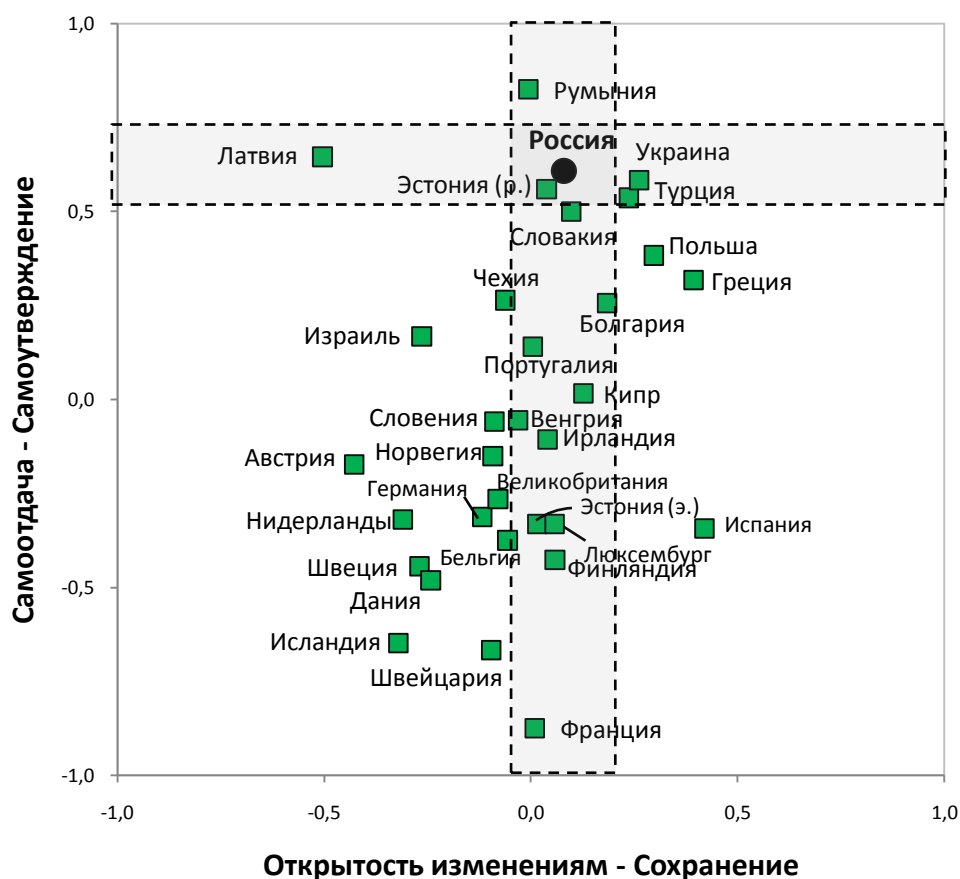
В параграфе 3.1 «*Иерархия ценностей средних представителей России и других европейских стран*» показано, что на первом месте в иерархии ценностей россиян находится *Безопасность*, затем следуют *Самоотдача*, *Самостоятельность* и *Конформность-Традиция*, далее идет *Самоутверждение*, а две наименее значимые для россиян ценности – это *Гедонизм* и *Риск-Новизна*. Высока степень сходства российской и европейских ценностных иерархий. Как показывают корреляции между ценностным профилем среднего россиянина и профилями средних представителей других стран, все они связаны положительно, однако есть страны, с которыми коэффициенты незначимы и очень малы, своеобразные «ценностные антиподы» среднего россиянина – это Дания, Швеция, Франция, Нидерланды, Исландия.

Различия же в иерархиях обнаруживаются, если смотреть на предпочтения внутри *ценностных пар*: так, у средних представителей стран Северной Европы ценность *Самоотдачи* всегда стоит выше *Безопасности*, а *Риск-Новизна* – выше *Самоутверждения*, в странах же Восточной Европы наблюдается обратная ситуация.

В параграфе 3.2 «Сравнение среднего представителя России со средними представителями других европейских стран по выраженности 7 ценностей» рассматривается положение России относительно других европейских стран по средней выраженности каждой из 7 ценностей «второго уровня». Показано, что по 5 из 7 ценностей Россия занимает крайние или близкие к крайним позиции среди остальных стран. Россия превосходит большинство стран по выраженности ценности *Безопасность*, входящей в категорию *Сохранение*, но занимает среднее положение по выраженности ценности *Конформность-Традиция*, также входящей в эту категорию. По выраженности ценностей *Самостоятельность*, *Риск-новизна* и *Гедонизм*, входящих в категорию *Открытость изменениям*, Россия, наоборот, уступает большинству стран. Ценности *Самоутверждения* выражены у россиян сильнее, чем у жителей большинства других европейских стран, а ценности *Самоотдачи* выражены, наоборот, слабее, чем в большинстве других стран.

В то же время по каждой из ценностей средний россиянин не отличается статистически значимо от средних представителей некоторого числа стран, как правило, постсоциалистических. Например, по значимости ценности *Риска-Новизны* Россия формально занимает предпоследнее место среди 31 страны, однако отличия российских значений этого индекса от 6 других стран и русскоязычного населения Эстонии столь малы, что оказываются статистически незначимыми. Таким образом, Россия вместе с Украиной, Грецией, Турцией, Испанией, Венгрией, Румынией и русскоязычной частью Эстонии занимают последнее место в Европе по выраженности ценностей *Риска-новизны*.

В параграфе 3.3 «Сравнение среднего представителя России со средними представителями других стран по ценностным осям» представлена более целостная картина российских ценностей на основе сравнения России с другими странами по двум ценностным показателям «третьего уровня» (см. рис. 1). Население России характеризуется срединным положением в ценностной оппозиции *Открытость изменениям* – *Сохранение* и одной из самых высоких ориентаций на ценности *Самоутверждения* (в ущерб ценностям *Самоотдачи*). При этом по своему положению на оси *Открытость изменениям* – *Сохранение* средний россиянин похож на представителей большого числа других стран, а по ценностям *Самоотдачи* – *Самоутверждения* средний россиянин гораздо более своеобразен – по этой оси он не отличается лишь от средних представителей Латвии, Украины, Турции и русскоязычной части Эстонии.



**Рисунок 1. Положение России и 30 других европейских стран в пространстве двух ценностных осей, средние оценки по странам**

Материалы параграфа 3.4 «Сравнение среднего представителя России с ценностями средних представителей других стран по исходным ответам» подтверждают результаты, полученные на основе описанных выше межстрановых сравнений, в которых участвовали производные ценностные показатели второго и третьего уровней.

По итогам всех описанных в этой главе ценностных сравнений можно представить сегодняшнего среднего россиянина, как человека, для которого, в сравнении с жителями большинства других европейских стран, характерна более высокая осторожность и более выраженная потребность в защите со стороны сильного государства; у которого слабее выражены ценности новизны, творчества, свободы и самостоятельности и которому менее свойственна склонность к риску, стремление к веселью и удовольствиям. У него сильнее выражено стремление к богатству и власти, к личному успеху и социальному признанию. Сильная ориентация на личное самоутверждение оставляет в сознании этого человека меньше, чем у представителей других стран, места для заботы о равенстве и справедливости в стране и мире, для толерантности, заботы о природе и окружающей среде и для беспокойства и заботы о тех, кто его непосредственно окружает.

В заключительном параграфе данной главы (параграф 3.5 «*Ценностная типология средних представителей различных стран и дистанции между средним россиянином и средними представителями европейских стран*») показано, на средних представителей каких стран россиянин больше всего похож и от кого больше всего отличается по своим ценностям. На основе среднестрановых ответов на исходные вопросы анкеты (по 21 показателю для каждой страны) проводился иерархический кластерный анализ, который и дал искомую типологию. В результате выделяется два крупных кластера, и Россия попадает в тот кластер, куда помимо нее входит население большинства постсоциалистических стран, участвующих в исследовании (Украины, Румынии, Польши, Словакии, Чехии, Болгарии и русскоязычное население Эстонии), а также сравнительно бедных средиземноморских стран: Греции, Турции и Португалии. Это значит, что средний россиянин наиболее близок по своим ценностям к средним представителям именно этих стран, и менее похож на представителей остальных европейских стран, попавших во второй кластер (большинство стран Западной, вся Северная, отдельные страны Центральной Европы).

Другой способ решения той же задачи – определение *величины* ценностных различий (дистанций) между средними представителями стран по 21-ому исходному ценностному показателю. Этот анализ дал принципиально те же результаты. Наиболее близкими к россиянам оказались представители русскоязычного населения Эстонии, а также Румынии, Украины и Словакии, а наиболее далекими по своим ценностям от россиян – средние представители Исландии, Франции, Дании, Швеции, Нидерландов. Россиян отдаляет от большинства средних представителей других европейских стран, в основном, сильная выраженность ценности богатства. Во «втором эшелоне» ответственных за высокие дистанции идут ценности «веселья» и «отдыха» (их низкая значимость у россиян) и затем – ценности «защиты со стороны государства» и «уважения со стороны окружающих» (их высокая значимость у россиян).

Четвертая глава, «**Сравнение базовых ценностей населения России и других стран на уровне индивидов: кластерный анализ**», строится с учетом того, что средние по стране показатели ценностей скрывают большое разнообразие ценностей отдельных индивидов. Поэтому, завершив анализ среднестрановых величин, на следующем этапе анализа мы отказались от априорного объединения респондентов на основе их страновой принадлежности и предприняли классификацию всех респондентов, участвовавших в исследовании исключительно на основании их базовых ценностей. Параграф 4.1 описывает процесс построения кластеров на основе 21-го исходного показателя, взятого непосредственно из ответов на вопросы анкеты. Показано, что разбиение на 4 кластера (они построены с помощью алгоритма *k*-средних) является оптимальным для

классификации респондентов по рассматриваемым показателям. Было также проверено, не влияет ли на результаты классификации порядок расположения респондентов в массиве. Для этого сравнивались результаты работы процедуры  $k$ -средних при различных сортировках массива, в результате чего была продемонстрирована устойчивость выбранного кластерного решения.

В параграфе 4.2 дана ценностная характеристика представителей каждого из 4 кластеров. Они значимо различаются между собой по выраженности 7 ценностей «второго порядка», для простоты при их описании будем упоминать только те ценности, по которым они характеризуются крайне высокими или крайне низкими значениями. В первый кластер (22%) входят респонденты, для которых наибольшей, чем для всех других, важностью обладают ценности *Сохранения*, т. е. *Конформность-Традиция* и *Безопасность* (и соответственно наименьшей важностью – ценности *Открытости изменениям*, то есть *Самостоятельность*, *Риск-новизна* и *Гедонизм*); во второй кластер (17%) попали те, для кого важнее, чем для остальных, ценности *Открытости изменениям*, т. е. *Самостоятельность*, *Риск-новизна* и *Гедонизм* (и, соответственно, в наименьшей степени важны ценности *Безопасности* и *Конформности-Традиции*); в третьем кластере (36%) оказались те, кто больше других придает значение *Самоутверждению* и меньше других – *Самоотдаче*; и в четвертом (24%) собрались те, кто, наоборот, больше других ценит *Самоотдачу* и меньше всех ценит *Самоутверждение*.

После того, как эта классификация осуществлена, посмотрим, как объединились между собой представители разных стран. Поскольку мы предположили (см. Гипотезы исследования, с. 7), что население любой страны в ценностном плане неоднородно, то можно ожидать, что каждая из стран будет той или иной частью своего населения представлена в каждом из четырех кластеров. В параграфе 4.3 «*Распределение представителей различных стран по ценностным кластерам*» отмечается, что представители каждой страны, действительно, оказались во всех ценностных кластерах, а за счет этого и в составе каждого кластера оказались представители всех стран.

Итак, каждая страна «отдает» некоторую часть своего населения в каждый из четырех кластеров, причем доли эти различаются. Так, например, в третий кластер входит 59% респондентов из Румынии, но лишь 19% – из Исландии. И точно также различаются доли населения, которые одна и та же страна «отдает» в разные кластеры. Например, Швеция распределяет свое население следующим образом: 10% – в первый кластер, 25% и 26% – во второй и третий, и 39% – в четвертый.

Особенно интересно, как распределяется по кластерам население России. Большинство российских респондентов попадает в первый (36%) и третий (45%)



кластеры, ценностные характеристики которых, в целом, соответствуют ценностному портрету среднего россиянина, описанному в главе 3. В то же время в российской выборке обнаруживается и ценностное меньшинство: 14% населения входит во второй, а 6% - в четвертый кластер. Ценности этих 20% россиян в большей степени похожи на ценности средних представителей западноевропейских стран, чем на представителей российского ценностного большинства. В диссертации показано, что это меньшинство состоит из сравнительно более молодых и более обеспеченных людей, среди них больше учащихся и более образованных, чем в других кластерах.

Таким образом, отказ от представления ценностей населения целой страны в виде усредненных показателей и учет ценностной неоднородности населения каждой страны позволили более точно ответить на вопрос о сходствах и отличиях между россиянами и другими европейцами. Оказалось, что каждая из ценностных групп российского населения имеет «аналоги» в любой другой европейской стране, а отличия между странами возникают за счет неодинаковой представленности этих групп в разных странах.

Пятая глава называется **«Влияние страны проживания и социально-демографического состава населения на базовые ценности: регрессионный анализ»**. Первый вопрос, который возникает при поиске объяснений описанных выше ценностных отличий между Россией и другими странами – не вызваны ли эти отличия разницей в социально-демографическом составе населения разных стран? Например, тем, что в какой-то стране население старше, чем в России, или воспитывалось более образованными родителями. Чтобы ответить на этот вопрос, мы с помощью множественного регрессионного анализа «очистили» обнаруженные ранее страновые влияния от воздействия социально-демографических переменных, а также сопоставили страновые и социально-демографические влияния по их силе.

В параграфе 5.1 *«Построение регрессионной модели»* описываются основания построения модели и включения в нее различных признаков. В качестве *зависимых* переменных в уравнениях линейной регрессии были использованы два наиболее интегральных показателя – ценностные оси *Открытость изменениям – Сохранение* и *Самоотдача – Самоутверждение*, а также 7 ценностных индексов «второго уровня». В качестве *независимых* переменных в регрессии, кроме страновой принадлежности респондентов, были включены также те характеристики, связь которых с ценностями неоднократно обнаруживалась в предшествующих исследованиях – это пол, возраст, принадлежность к этническому меньшинству, характеристики родительской семьи. Все

эти переменные могут влиять на ценности респондента, но обратное влияние на них со стороны ценностей невозможно (эти переменные называют экзогенными)<sup>28</sup>.

В параграфе 5.2 «*Результаты регрессионного анализа*» отмечается, что оба регрессионных уравнения оказались статистически значимы: показатели  $R^2$  для моделей, зависимыми переменными в которых являются оси *Открытость – Сохранение* и *Самоотдача – Самоутверждение*, равны, соответственно, 0,27 и 0,20.

Чтобы оценить влияние *страновой принадлежности*, в качестве контрольной группы была выбрана принадлежность респондента к России. Поэтому коэффициенты, при *страновых* показателях указывали на то, каким образом сказывается на ценностях индивида изменение *страновой принадлежности* – с российской на какую-либо другую. Регрессионные коэффициенты показали, что различия между Россией и остальными странами статистически значимо отражаются на индивидуальных ценностях, описываемых обеими ценностными осями. Почти все коэффициенты регрессии, указывающие на влияние страны проживания, статистически значимы на высоком уровне ( $p < 0,001$ ). Это означает, что *ценностные отличия между Россией и другими странами сохраняются и после выравнивания стран по социально-демографическим характеристикам их населения, т.е. они не сводятся к различиям в составе населения*.

Более того, влияние *страновой принадлежности*, очищенное от влияния состава населения (возраста, пола и некоторых характеристик родительской семьи), оказывается заметно сильнее «неочищенного» влияния, которое выявилось при сравнении *страновых средних* (см. выше изложение содержания главы 3).

Коэффициенты регрессии свидетельствуют, что большинство стран характеризуются более низкими по сравнению с Россией значениями по оси *Открытость изменениям – Сохранение*, т.е. более сильной выраженностью *Открытости* и более слабой выраженностью ориентации на *Сохранение*. Контроль социально-демографических переменных, осуществленный с помощью регрессионного анализа, показал, что отличия России по ценностям *Открытости изменениям – Сохранения* не объясняются ее отличиями в социально-демографическом составе населения.

В отношении *ценностной оси Самоотдача – Самоутверждение* регрессионные коэффициенты свидетельствуют, что большинство стран характеризуются более низкими значениями, т.е. более сильной выраженностью *Самоотдачи* и более слабой

---

<sup>28</sup> Есть еще группа параметров – уровень образования респондента, тип поселения, в котором он проживает (город/село), 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.

выраженностью *Самоутверждения*, чем Россия. В данном случае контроль социально-демографических переменных, осуществленный с помощью регрессионного анализа, тоже подтвердил, что отличия России по ценностям *Самоотдачи – Самоутверждения* не объясняются отличиями социально-демографического состава ее населения.

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

Значимы и влияния характеристик родительской семьи: наличие у родителей респондента высшего образования повышает значимость для него *Открытости* и *Самоотдачи*, точно так же влияет и то, что родители имеют статус руководителей; их принадлежность к иммигрантам слабо увеличивает значимость ценностей *Сохранения*, а принадлежность самого респондента к этническому меньшинству усиливает его приверженность ценностям *Сохранения* и *Самоутверждения*. Интересно, что полнота родительской семьи никак не сказывается на ценностях респондента.

С помощью стандартизированных коэффициентов регрессии установлено, что два рассматриваемых ценностных показателя принципиально различаются по *соотношению страновых и социально-демографических влияний*. Применительно к ценностной оси *Открытость изменениям – Сохранение* более сильными детерминантами оказываются пол и особенно возраст респондентов, а их страновая принадлежность влияет тоже статистически значимо, но в существенно меньшей степени. Стандартизованный коэффициент влияния возраста на показатель *Открытость изменениям – Сохранение* равен 0,43, а коэффициенты страновых влияний по абсолютной величине не превышают 0,11. Что же касается ценностной оси *Самоотдача – Самоутверждение*, то в этом случае, наоборот, страновая принадлежность респондента влияет заметно сильнее, чем пол и возраст. Стандартизованный коэффициент при показателе пола (мужского) равен 0,08, коэффициент при показателе возраста равен 0,03, а средняя (по модулю) величина стандартизованного коэффициента регрессии при страновых показателях равняется 0,14 (а в отдельных случаях достигает  $-0,27$  – для Франции). Таким образом, выраженность одного типа ценностей, описываемых осью *Открытость – Сохранение* объясняется в основном социально-демографическими характеристиками респондента, и лишь в малой степени страной проживания, а вот положение респондента на ценностной оси *Самоотдача – Самоутверждение* определяется прежде всего страной его проживания и почти не связано с социально-демографическими характеристиками.

Чтобы уточнить влияние этих переменных на ценности именно в России и сравнить эти влияния с зафиксированными по Европе в целом, тот же самый регрессионный анализ был повторен только на российских данных (конечно, в российском уравнении регрессии из числа независимых переменных была исключена страновая принадлежность). В параграфе 5.3 описываются результаты внутрироссийских регрессий. Характеристики российской модели детерминации ценностей полностью повторили параметры общеевропейской модели, что говорит о сходном характере влияния рассматриваемых социально-демографических переменных на базовые ценности как среди россиян, так и в целом по Европе.

В **Заключении** суммируются и обобщаются основные результаты проведенного исследования. В работе, в целом, подтверждены выдвинутые гипотезы, однако результаты исследования оказались более сложными и многоплановыми. Так, например, гипотеза о том, что россияне отличаются от большинства европейцев большей выраженностью ценностей материального благополучия и безопасности, в целом, подтвердилась, однако в ходе анализа было выявлено ценностное меньшинство, которое, являясь частью населения России, отличается *меньшей* выраженностью указанных ценностей, и, наоборот, большей приверженностью ценностям заботы о людях и природе.

В **Приложении** представлены графики и таблицы, уточняющие результаты, представленные в основном тексте работы.

**Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях.**

**Работа, опубликованная автором в журнале, рекомендованном ВАК  
Министерства образования и науки России:**

1. Руднев М. Г. Влияние «русскоязычности» на жизненные ценности. // Социология: 4М. — 2009. — №28. — С. 107–128. (1,3 п.л.).

**Другие работы, опубликованные автором по теме кандидатской диссертации**

2. Руднев М. Г. Влияние внутристрановых этнических различий на жизненные ценности. // Социологические этюды: сборник статей аспирантов. Выпуск 2. / Под общ. ред. М. К. Горшкова. Сост.: Т. Н. Короткова, Л. А. Окольская, Л. В. Яикова. — М.: Институт социологии РАН, 2009. — С. 168-182. (0,8 п.л.).

3. Руднев М. Г. Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами. // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. — 2008. — №1 (93). — С. 33–58. (Совместно с В. С. Магуном, 2,5 п.л., личный вклад – 1,25 п.л.).

4. Руднев М. Г. Жизненные ценности населения: сравнение Украины с другими европейскими странами. // Украинское общество в европейском пространстве / под ред. Е. Головахи и С. Макеева. — Киев: Институт социологии НАНУ; Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина. 2007. — С. 226–273. (Совместно с В. С. Магуном, 2 п.л., личный вклад – 1 п.л.).