

РОССИЯ В ЕВРОПЕЙСКОМ КОНТЕКСТЕ

В.С. МАГУН,
М.Г. РУДНЕВ

**Базовые ценности россиян
в европейском контексте***

Вопрос о сходстве и отличии культурно-психологических характеристик россиян и жителей других стран обычно является частью более широкой полемики о путях развития России. Новые возможности для обоснованных сравнений подобного рода появились благодаря вступлению нашей страны (в 2006–2007 гг.) в число участников ESS – “Европейского социального исследования” [Jowell... 2007] (www.europeansocialsurvey.org). В России – www.ess-ru.ru). Это впервые дает возможность нарисовать ценностный портрет населения России в сопоставлении с большей частью населения Европы. Причем важно, что в ESS участвуют как “старые” капиталистические страны, так и бывшие социалистические страны Центральной и Восточной Европы, в том числе, кроме России, три страны, входившие в состав бывшего СССР¹.

В данной статье ценности определяются как убеждения человека в значимости (или важности) лично для него некоторого объекта или явления, и в этом смысле можно утверждать, что мы здесь изучаем *индивидуальные* ценности. (Это утверждение не противоречит тому, что подобные убеждения человека могут быть социально детерминированы, или тому обстоятельству, что изучаются убеждения не отдельного индивида, а больших групп людей.)

Ценность, таким образом, – это синоним равнодушия человека к тому или иному аспекту действительности; она обычно осознается и переживается в двух случаях – либо в ситуации, когда необходимый для сохранения и развития индивида объект отсутствует, либо в ситуации, когда человек обладает тем, что необходимо, но это обладание не воспринимается как стабильное, раз и навсегда данное. Ценности человека не идентичны поступкам, но при определенных условиях они способны подтолкнуть его к практическим действиям, направленным на воплощение этих ценностей в жизнь. Правда, это лишь одна из их функций, не менее важно воздействие ценностей индивида

* Статья выполнена при финансовой поддержке Центра фундаментальных исследований Государственного университета – Высшей школы экономики. Выражаем глубокую благодарность Институту сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ) и лично В. Андреевскому и А. Андреевской (национальному координатору ESS) за осуществление ESS в России. Авторы также признательны В. Гимпельсону, М. Жамкочьян, А. Лукьяновой, Г. Монусовой и Ш. Шварцу за ценные замечания и предложения.

¹ Более подробно о характеристиках выборки см. [Магун, Руднев, 2008].

Магун Владимир Самуилович – кандидат психологических наук, заведующий сектором Института социологии РАН.

Руднев Максим Геннадьевич – кандидат социологических наук, научный сотрудник Института социологии РАН.

да на его вербальные действия, а через них – и на вербальные и практические действия других людей.

Базовые ценности – те конечные, целевые ценности человека, на основе которых формируется все множество инструментальных (оперативных, текущих) ценностей, направляющих его жизнедеятельность. Недавно мы выполнили аналогичную работу на материалах второго раунда ESS (2004–2005 гг.), в которой с ценностями населения других европейских стран сравнивали ценности жителей Украины [Магун, Руднев, 2007], и пришли к выводу, что население Украины отличается по своим ценностям от населения большинства европейских стран. Средняя значимость большинства рассмотренных ценностей оказалась там в числе либо самых высоких, либо самых низких в диапазоне средних значений по 24 странам. Можно было полагать, что аналогичные результаты даст и исследование в России. К такой гипотезе подталкивают и выводы тех сравнительных международных исследований, в которых прямо использовались данные о российских ценностях (см., например, [Inglehart, Baker, 2000]). Но большинство этих выводов строилось на базе агрегированных данных, когда целая страна отображалась в виде точки, соответствующей средним оценкам ее населения по одному или нескольким ценностным параметрам. Задача данной статьи – более детально исследовать, из каких именно внутривосточных подгрупп с точки зрения разделяемых ими ценностей состоит российское население. Для этого надо посмотреть, как индивиды, живущие в разных странах, могут быть объединены на основе своих ценностных характеристик вне зависимости от страны проживания. Мы предполагаем, что при сравнении ценностей на уровне отдельных индивидов и социальных групп обнаружится гораздо большая общность между жителями разных стран, чем при анализе на страновом уровне².

Методология и используемые показатели

В рамках ESS для измерения ценностей применялась модификация Портретного ценностного вопросника (Portrait Values Questionnaire) Ш. Шварца [Schwartz, Lehmann, Roccas, 1999; Schwartz... 2001]. Как и другие его методики³, вопросник построен на основе разработанной Шварцем классификации ценностей, ключевым в которой является выделение 10 ценностных индексов (Шварц называет их также “латентными мотивационными типами ценностей”) [Schwartz, Bilsky, 1990; Schwartz, 1992]. В связи с тем, что в анкете ESS пришлось использовать сокращенный вариант ценностного вопросника, некоторые из ценностей не удалось при измерении дифференцировать друг от друга, и специальный анализ показал, что правомернее формировать на основании этих измерений не 10, а только 7 ценностных индексов [Davidov, Schmidt, Schwartz, 2008].

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. Каждый ценностный индекс формировался посредством усреднения нескольких подобных описаний, конкретный состав каждого индекса указан в таблице 1.

² Это было видно уже при анализе украинских данных второго раунда ESS: при межстрановых сравнениях отдельных групп населения (например, мужчин или молодежи) число статистически значимых различий Украины с другими странами по некоторым ценностям значительно сокращалось [Магун, Руднев, 2007].

³ Существует не менее пяти различных методик (SVS, PVQ21, PVQ29, PVQV, PVQ–WVS). Описание одной из них на русском языке содержится в [Карандашев, 2004]; опыт их применения, адаптированный для русскоязычных респондентов, описан в [Лебедева, 2001], а также в [Бобнева, Дорофеев, 1997; Белинская, 2008; Тихомандрицкая, Дубовская, 1999].

⁴ Обращаем внимание, что в статье для удобства восприятия градации шкалы изменены так, чтобы большая значимость ценности обозначалась и более высоким баллом. В анкете ESS и в исходном массиве данных ESS нумерация пунктов этой шкалы иная.

Иерархия ценностных показателей (по версии Ш. Шварца)*

Ценностные оси (ценности “четвертого уровня”)	Укрупненные категории ценностей (ценности “третьего уровня”)	Типологические ценностные индексы (ценности “второго уровня”)	Исходные высказывания, предлагавшиеся респондентам (ценности “первого уровня”)**
Открытость изменениям—Сохранение	Сохранение	Безопасность	Для него важно жить в безопасном окружении. Он избегает всего, что может угрожать его безопасности
			Для него важно, чтобы государство обеспечивало его безопасность во всех отношениях. Он хочет, чтобы государство было сильным и могло защитить своих граждан
		Конформность-Традиция	Он убежден, что люди должны делать то, что им говорят. Он считает, что люди должны всегда следовать правилам, даже если никто за этим не следит
			Для него важно всегда вести себя правильно. Он старается не совершать поступков, которые другие люди могли бы осудить
			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
	Открытость изменениям	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
		Риск-Новизна	Ему нравятся неожиданности, он всегда старается найти для себя новые занятия. Он считает, что для него в жизни важно попробовать много разного
			Он ищет приключений и ему нравится рисковать. Он хочет жить полной событиями жизнью
		Гедонизм	Для него важно хорошо проводить время. Ему нравится себя баловать
			Он ищет любую возможность повеселиться. Для него важно заниматься тем, что доставляет ему удовольствие

Таблица 1 (окончание)

Ценностные оси (ценности “четвертого уровня”)	Укрупненные категории ценностей (ценности “третьего уровня”)	Типологические ценностные индексы (ценности “второго уровня”)	Исходные высказывания, предлагавшиеся респондентам (ценности “первого уровня”)**
Забота о людях и природе–Самоутверждение	Самоутверждение (Достижение и Власть-богатство)		Для него важно показать свои способности. Он хочет, чтобы люди восхищались тем, что он делает
			Для него очень важно быть очень успешным. Он надеется, что люди признают его достижения
			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

* Данная классификация отличается от той, что использовалась в наших предыдущих публикациях [Магун, Руднев, 2007; 2008]. Это связано с анализом Э. Давидова с соавторами, показавшими, что вариант вопросника Шварца, используемый в ESS, позволяет надежно дифференцировать только 7, а не 10 базовых ценностей [Davidov, Schmidt, Schwartz, 2008]. Нынешняя классификация не дифференцирует Конформность и Традицию, Достижение и Власть-Богатство, а также Благожелательность и Универсализм.

В данной публикации также заменены название одной из ценностных категорий и полюса соответствующей ценностной оси: прежнее название «Выход за пределы “Я”» заменено на «Забота о людях и природе».

** В формулировках вопросов для респондентов-женщин использовались местоимения женского рода.

В ходе анализа мы увидели, что эстонскую выборку целесообразно разделить по культурно-языковому признаку на основе ответа респондентов на вопрос о предпочитаемом языке общения в домашней обстановке. Соответственно были выделены эстонговорящие респонденты, большинство которых принадлежат к эстонскому (“титультному”) этносу, и русскоговорящие, большинство которых – этнически русские жители

Эстонии (подробнее см. [Руднев, 2009]). Подобное разделение часто применяется и в других социологических исследованиях; здесь же цель его состояла в проверке того, в какой степени общность русскоязычных жителей Эстонии с русскоязычными россиянами будет сказываться на общности их ценностей⁵.

В ходе опроса для каждого респондента был получен 21 показатель значимости каждой из тех ценностей “первого (исходного) уровня”, что были включены в анкету, по шкале от 1 до 6. Они использовались сами по себе, а также для вычисления перечисленных в таблице 1 семи ценностных индексов (ценностей “второго уровня” интеграции); эти производные индексы представляли собой среднюю соответствующих ценностных показателей первого уровня.

В большинстве расчетов, где участвовали ценности первого и второго уровней, они предварительно подвергались преобразованию, называемому “центрированием”. Дело в том, что исследователи субъективных феноменов давно установили, что у каждого респондента существует определенный стиль реагирования, выражающийся в склонности группировать разные оценки на одном и том же участке шкалы: например, давать только очень низкие или только очень высокие, или только средние оценки. Поэтому возникает задача “очистки” (отделения) содержательных показателей от влияния подобного стиля реагирования. В качестве показателя, характеризующего предпочитаемый респондентом участок шкалы, Шварц рекомендует брать среднюю всех ответов респондента на 21 вопрос, касающийся ценностей, – этот показатель получил название *mrat*⁶. Поправка на упомянутый стиль реагирования осуществляется с помощью вычитания показателя *mrat* либо из исходной шестибалльной оценки (для ценностей первого уровня), либо из средней оценки по нескольким исходным вопросам анкеты (для ценностей второго уровня). Таким образом, значения каждого из центрированных ценностных показателей – не абсолютная, а *сравнительная* значимость для респондента той или иной ценности *по отношению* к средней значимости для него всех ценностей, включенных в список Шварца. Иными словами, основным объектом анализа в работе с методикой Шварца является *степень приоритетности* той или иной ценности во внутрииндивидуальной ценностной иерархии респондента.

Поскольку мы работаем с центрированными показателями, не случайно, что значения ценностных индексов часто характеризуются отрицательными величинами. Отрицательная величина означает, что значимость данной ценности ниже средней значимости ценностей (*mrat*), характерной для данного индивида; положительная же величина, соответственно, свидетельствует, что эта значимость выше средней. В большинстве случаев нами используются центрированные ценностные показатели (исключения специально оговариваются).

Предшествующие исследования Шварца показали, что семь ценностей “второго уровня” объединяются в четыре более крупные категории ценностей (ценности “третьего уровня”, см. табл. 1), пары которых, в свою очередь, связаны взаимно-обратными соотношениями: с ростом значимости одной категории ценностей значимость другой снижается.

К категории “Сохранение” относятся ценности “Безопасность”, “Конформность-Традиция” к противоположной по смыслу категории “Открытость изменениям” – ценности “Риск-Новизна”⁷, “Самостоятельность” и “Гедонизм”, и эти две категории образуют первую ценностную ось (относящуюся вместе со второй осью к ценностям

⁵ Разделение населения Эстонии по этническому признаку при анализе ценностей сделано по совету Шварца: как показывают предпринятые нами сопоставления, среди четырех стран со значительным русскоговорящим населением наибольший ценностный разрыв с титульным этносом зафиксирован именно в Эстонии.

⁶ См. [Schwartz, 2003]. *Mrat* расшифровывается как “*mean rating*”, то есть средняя оценка. Судя по данным, рассматриваемым в этой статье, менее всего склонны отмечать свое сходство с другими людьми жители Швеции, Норвегии, Франции, Украины и Эстонии (титульный этнос), более всего – жители Кипра и Словении, а жители России, вместе с жителями Словакии, Ирландии, Австрии, Румынии, Швейцарии, Болгарии, Бельгии и русскоязычным населением Эстонии, характеризуются средними значениями показателя *mrat*.

⁷ В терминологии Шварца эта ценность называется “Стимуляция” (“*Stimulation*”).

“четвертого уровня”) – “Открытость изменениям–Сохранение”. Вторая ось – “Забота о людях и природе–Самоутверждение” отражает оппозицию ценностных категорий “Самоутверждения” (значимость власти, богатства, личного успеха) и “Заботы о людях и природе” (значимость социального равенства, заботы о ближних и “дальних”, а также бережного отношения к окружающей среде). В таблице 1 приводится иерархия ценностных показателей, фиксируемых с помощью методики Шварца – от исходных суждений, содержащихся в анкете, до индексов по интегральным ценностным осям. Она отражает модель структуры ценностей, предложенную Шварцем и подтвержденную им с использованием методов многомерного шкалирования. Особенность этой модели в том, что получаемые с ее помощью ценностные оси не независимы (не ортогональны).

Те же исходные показатели могут быть сгруппированы и по-иному. На массиве второго раунда ESS мы предприняли факторный анализ 21 ценностного показателя “первого уровня”⁸ и получили несколько иные по содержанию ценностные оси, чем предложенные Шварцем [Магун, Руднев, 2007]. В отличие от осей Шварца, выделенные нами *факторные* оси независимы друг от друга (ортогональны) и, как оказалось, каждая из них имеет более сложную структуру. Проанализируем теперь факторную структуру ценностных показателей для массива *третьего* раунда ESS, в рамках которого будет осуществляться сравнение России с другими странами. Соответствующая факторная матрица приводится в таблице 2.

С **первым фактором** положительно связаны суждения респондента о своем сходстве со всеми представленными в анкете персонажами. Это значит, что с ростом значений фактора респондент считает, что ему более свойственны *все* описанные в анкете ценностные проявления этих персонажей. Подобное единообразие свидетельствует о наличии у человека определенного стиля реагирования, выражающегося в концентрации его разнообразных ответов – вне зависимости от их конкретного содержания – на том или ином участке шкалы. Напомним, что процедура центрирования, в ходе которой из каждой оценки респондента вычитали его *среднюю* оценку, как раз и устраняла влияние этого фактора. Но факторному анализу подвергнуты нецентрированные оценки респондентов, и поэтому предпочитаемый респондентом уровень оценок выделился в отдельный фактор, самый большой по доле описываемой дисперсии. Не удивительно, что корреляция между индивидуальными значениями по данному фактору и средними оценками респондентов (показателем *mrat*) составляет 0,99, то есть индивидуальные значения первого фактора и индивидуальная средняя – по сути, одна и та же переменная.

Второй и третий факторы по своему смыслу близки к описанным Шварцем осям [Schwartz, 1992], на полюсах которых расположены четыре ценностных категории. Но отличия полученной факторной структуры от классификации Шварца все же имеются. Дело в том, что Шварц рассматривает каждую из осей как оппозицию только двух ценностных категорий, между тем, как в состав каждого из *реально полученных* факторов входят ценности, представляющие все четыре ценностных категории.

По **второму фактору** наибольшие по абсолютной величине веса у показателей, характеризующих *ценности сохранения* (включающие как сохранение существующего социального порядка, так и *самосохранение*) и *открытости изменениям*. С ростом индивидуальных значений фактора *повышается* значимость ценностей сохранения (быть скромным, вести себя правильно, делать, что говорят, следовать традициям и обычаям, избегать всего, что угрожает безопасности, иметь сильное государство, которое могло бы защитить, и т.п.) и *снижается* значимость открытости изменениям (приключений и риска, жизни, полной впечатлений, возможности заниматься тем, что доставляет удовольствие, возможности себя баловать, новизны и сюрпризов, оригинальности и творчества, и т.п.). Три ключевых показателя, которые имеют максимальные по абсо-

⁸ В факторном анализе использовались нецентрированные показатели. Как будет показано ниже, он сам осуществляет “очистку” ответов от влияния предпочитаемого респондентом участка шкалы (см. также [Cornwell, Dunlap, 1994]).

**Факторная структура исходных ценностных высказываний населения
25 европейских стран ($N = 45728$, 2006–2007 гг., нецентрированные данные;
метод главных компонент, без вращения)***

Названия укрупненных ценностных категорий, к которым Шварц относит исходные высказывания респондентов	Содержание исходных ценностных высказываний из анкеты ESS – ценностей “первого уровня”	Факторные нагрузки		
		Фактор I	Фактор II	Фактор III
Сохранение	Важно жить в безопасном окружении	0,44	0,41	0,30
	Важно, чтобы правительство и сильное государство могло защитить своих граждан	0,44	0,41	0,24
	Важно выполнять, что говорят, и следовать правилам, даже если никто за этим не следит	0,28	0,42	0,36
	Важно вести себя правильно и избегать поступков, которые могут вызвать осуждение	0,39	0,53	0,25
	Важно быть скромным, держаться в тени, не привлекать внимания	0,20	0,54	-0,12
	Важно следовать традициям, религиозным или семейным обычаям	0,34	0,47	0,24
Открытость изменениям	Важно придумывать новое, быть творческим, все делать оригинально	0,49	-0,28	-0,21
	Важно самому принимать решения, быть свободным, не быть зависимым	0,51	-0,15	-0,22
	Любовь к сюрпризам и поиск нового; важность разнообразия	0,57	-0,39	-0,17
	Поиск приключений, любовь к риску, стремление к жизни, полной впечатлений	0,41	-0,61	-0,05
	Важно хорошо проводить время; желание баловать себя	0,52	-0,44	-0,16
	Поиск возможности повеселиться; важно делать то, что доставляет удовольствие	0,49	-0,46	-0,17
Самоутверждение	Важно демонстрировать способности; хочет, чтобы люди им восхищались	0,58	-0,29	0,33
	Важно быть успешным; надеется на признание своих достижений	0,61	-0,31	0,35
	Важно быть богатым; хочет иметь много денег и дорогие вещи	0,36	-0,39	0,51
	Важно быть уважаемым человеком; хочет управлять людьми	0,49	0,00	0,43

Таблица 2 (окончание)

Названия укрупненных ценностных категорий, к которым Шварц относит исходные высказывания респондентов	Содержание исходных ценностных высказываний из анкеты ESS – ценностей “первого уровня”	Факторные нагрузки		
		Фактор I	Фактор II	Фактор III
Забота о людях и природе	Важно помогать окружающим; хочет заботиться об их благополучии	0,52	0,29	-0,34
	Важно быть верным другом; хочет посвятить себя близким людям	0,53	0,25	-0,33
	Важно равенство в обращении с людьми во всем мире, равенство возможностей для всех	0,41	0,27	-0,32
	Важно выслушивать мнения не похожих на него людей, понять точку зрения тех, с кем не согласен	0,46	0,26	-0,43
	Важно заботиться об окружающей среде, беречь природу	0,45	0,39	-0,26
Информативность факторов		22%	14%	8%

* В факторный анализ не включались респонденты с большим числом неотвеченных (те, кто не ответил больше, чем на половину вопросов).

плотной величине веса и воплощают основной смысл фактора – значимость, с одной стороны, скромности и избегания любых поступков, способных вызвать осуждение (факторные нагрузки показателей равны 0,54 и 0,53), и с другой – приключений, риска и жизни, полной событий (факторный вес – -0,61).

В то же время заметные веса по второму фактору имеют и показатели, которые, если следовать схеме Шварца, в оппозицию “Открытость изменениям–Сохранение” не вписываются. Так, с положительными весами в фактор входит значимость ценностей *Заботы о людях и природе*, а именно: сохранения природы и окружающей среды и заботы о них, толерантности, равенства в обращении со всеми людьми, помощи окружающим и верности своим друзьям. С отрицательными весами в фактор входит значимость ценностей “Самоутверждения”: значимость того, чтобы быть богатым, иметь много денег и владеть дорогими вещами, а также значимость успеха, способностей и их общественного признания⁹.

⁹ Вхождение в фактор этих дополнительных ценностей может быть понято в свете представлений об инструментально-целевых соотношениях [Магун, 1983, с. 6–56]. Оппозиция “Открытость изменениям–Сохранение” характеризует конечные, “главные” ценности, характерные для людей, имеющих заметные значения по данному фактору, то есть их ценности-цели. Примкнувшие же к этой оппозиции дополнительные показатели характеризуют, соответственно, инструментальные ценности, или ценности-средства. Действительно, то, что к ценностям “Сохранения” примыкают ценности заботы о других людях и окружающей среде, может быть объяснено тем, что поддержание хороших отношений с близкими и дальними людьми и сохранение окружающей среды – необходимые условия, эффективные средства сохранения социального порядка и сохранения человеком самого себя. Что же касается успеха и денег, то это те ресурсы, наличие которых у человека, во-первых, снимает страх перед переменами, а во-вторых, дает дополнительные возможности вносить в жизнь разнообразие и изменения. Поэтому стремление к изменениям “вынуждает” человека высоко ценить успех и деньги, что и объясняет прямую связь в сознании людей между ценностями “Открытости изменениям” и “Самоутверждения”. Одна и та же цель может быть достигнута разными средствами, и этим объясняется, почему каждое отдельное средство (точнее – ценности, его выражающие) имеет меньшие нагрузки по фактору, чем те ценности-цели, реализации которых оно служит.

Итак, содержание данного ценностного фактора, действительно, оказалось сложнее, чем в схеме Шварца. Ценности “*Сохранения*” сопряжены здесь с ценностями Заботы о людях и природе, а ценности “*Открытости изменениям*” – с ценностями “*Самоутверждения*”. Поэтому и полное имя данного фактора должно отражать эту сложность, и каждый полюс должен иметь двойное наименование: “*Открытость, сопряженная с самоутверждением vs Сохранение, сопряженное с заботой*”. Первой в названии каждого полюса указана доминирующая на этом полюсе категория ценностей; по этим доминантам и будем кратко называть данный фактор: “*Открытость изменениям–Сохранение*”. Но подчеркнем еще раз: несмотря на совпадение кратких названий, содержание данного фактора несколько отличается от содержания соответствующей оси в классификации Шварца.

По **третьему фактору** наибольшие по абсолютной величине веса у показателей, характеризующих ценности *самоутверждения и заботы о людях и природе*. С ростом индивидуальных значений фактора *повышается* значимость ценностей самоутверждения (быть богатым, уважаемым человеком, которому подчиняются другие люди, быть успешным и способным, и чтобы успех и способности признавались окружающими) и *снижается* важность для респондента заботы о людях и природе (толерантности, равенства в обращении со всеми и равенства возможностей для всех людей, помощи окружающим людям и т.п.). Три ключевых показателя, имеющие максимальные по абсолютной величине веса и воплощающие основной смысл фактора – это на одном полюсе ценность богатства, уважения и власти над людьми (факторные нагрузки равны 0,51 и 0,43), а на другом – ценность толерантности: готовности человека выслушивать мнения тех, кто от него отличаются, желание понять их точку зрения (факторный вес – –0,43).

И снова заметные нагрузки по третьему фактору имеют показатели, которые, если следовать схеме Шварца, в оппозицию “*Забота о людях и природе–Самоутверждение*” не вписываются. Так, с *положительными* весами в фактор входит значимость ценностей “*Сохранения*” (безопасного окружения, сильного государства как защитника своих граждан, следования правилам, традициям и обычаям и избегания поступков, которые могут вызвать осуждение). С *отрицательными* весами в фактор входит значимость ценностей, относящихся к категории “*Открытость изменениям*” (оригинальность и творческий подход, а также новизна)¹⁰.

Таким образом, содержание данного ценностного фактора тоже оказалось сложнее, чем в схеме Шварца, и соответственно, его полюсам тоже приходится давать двойное наименование: “*Самоутверждение, сопряженное с послушанием и осторожностью vs Забота о людях и природе, сопряженная с личной инициативой и творчеством*”. Здесь снова первой в названии каждого полюса указана доминирующая в нем категория ценностей, и по этим доминантам будем кратко называть данный фактор: “*Забота о людях и природе–Самоутверждение*”. Вновь подчеркнем: содержание данного фактора несколько отличается от содержания соответствующей оси в классификации Шварца.

Итак, результаты факторного анализа подтвердили, что 21 ценностное суждение, действительно, описывается с помощью двух основных параметров (или факторов,

¹⁰ Присоединение этих дополнительных показателей вполне объяснимо в свете упомянутых выше представлений о целях и средствах. В данном случае ценности-цели, характерные для людей, имеющих заметные значения по данному фактору, характеризует оппозиция “*Забота о людях и природе–Самоутверждение*”. Примкнувшие же к этой оппозиции дополнительные показатели могут восприниматься людьми как средства для реализации этих целей. Конформность и осторожность воспринимаются как средства достижения личного успеха, богатства и власти, а творчество, свобода и стремление к новизне – как способы служения людям и совершенствования экосистемы, частью которой является человечество. Обратим внимание, что соотношения между ценностными категориями в третьем факторе противоположны имевшим место во втором: так, например, стремление к успеху и богатству во втором факторе прямо связано с открытостью изменениям, а в третьем – отношения между этими ценностями взаимно-обратны. Здесь нет никакого противоречия, это типичная двойственность отношений между переменными, которую вскрывает факторный анализ, и она часто объясняется тем, что разные по направлению соотношения характерны для разных подвыборок респондентов [Магун, 1983, с. 138–170].

или осей). Выяснилось, что эти интегральные параметры богаче по содержанию, чем ценностные оси, выделенные Шварцем, поскольку с каждым из них связаны не две, а все четыре ценностные категории. Целевые (“ядерные”) характеристики выделенных нами факторов совпадают с содержанием выделенных Шварцем ценностных осей, но оказалось, что к этим целевым ценностям примыкают еще и инструментальные, и за счет них рассматриваемые интегральные параметры становятся более сложными, проявляющимися в большем разнообразии ценностных показателей. Чтобы иметь возможность сравнивать россиян с жителями других стран по ценностным факторам, приписываем каждому респонденту индивидуальные оценки по второму и третьему факторам.

Сравнение среднего россиянина со “средними” представителями других стран по ценностным индексам “второго уровня” и интегральным факторным индексам “четвертого уровня”

Начнем со сравнений России с европейскими странами по средним значениям семи перечисленных выше *ценностных индексов “второго уровня”*. В таблице 3 описаны итоги этих сравнений (они проводились с помощью процедуры однофакторного дисперсионного анализа – ANOVA, статистическая значимость различий определялась с помощью критерия Тамхена, $p < 0,05$). Из описания видно, что *большинство различий России по ценностным индексам с другими европейскими странами статистически значимо, и, следовательно, эти ценностные показатели среднего россиянина чаще отличаются, чем совпадают, с ценностями “средних” представителей других стран.*

По шести из семи ценностных индексов Россия занимает крайние или близкие к крайним позиции среди 25 европейских стран, и поэтому в каждом из этих шести случаев большинство отличий российского населения от населения других стран односторонне. Так, по ценности “*Самоутверждения*” россияне отличаются от 21 страны из 24, а также от титульного населения Эстонии, и почти все эти отличия – в сторону большей значимости этой ценности для российского населения. Следует, правда, иметь в виду, что Россия, как правило, делит свою позицию с другими странами. Например, по средней важности *Безопасности* Россия стоит на втором месте среди других стран. В действительности же это крайнее положение, поскольку Украина, формально опережающая Россию, статистически значимо не отличается от нее (критерий Тамхена, $p < 0,05$). Значимо не отличаются от России и население Венгрии, Болгарии и Кипра, а также русскоговорящие эстонцы, занимающие по ценности “*Безопасности*”, соответственно, с третьего по шестое места.

На рисунках 1–3 приведены средние значения ценностных индексов в каждой из 25 стран, включенных в Европейское социальное исследование. Страны ранжированы в порядке убывания важности соответствующей ценности; объемы выборок колеблются от 992 (Кипр) до 2889 (Германия).

Как видим, по ценностям, относящимся к “*Открытости изменениям*” и “*Сохранению*”, Россия превосходит большинство стран по выраженности ценностного индекса “*Безопасность*”, входящего в категорию “*Сохранение*”, но занимает среднее положение по выраженности ценностей “*Традиции-Конформности*”, – входящих в ту же категорию (см. рис. 1). По выраженности ценностей “*Самостоятельность*”, “*Гедонизм*” и “*Риск-Новизна*”, входящих в категорию “*Открытость изменениям*”, Россия, наоборот, уступает большинству стран (см. рис. 2)¹¹. Отмеченные тенденции подтверждаются за одним исключением и при сравнении ответов респондентов на отдельные вопросы анкеты (ценностей “первого уровня”). По всем этим пяти ценностям средние

¹¹ Вывод о слабой выраженности “*Самостоятельности*” согласуется с полученными ранее данными об устойчиво низкой (в сравнении с развитыми капиталистическими странами) выраженности инициативности в трудовых ценностях россиян (см. [Магун, 2006]).

Средние значения семи ценностных индексов “второго уровня” в России и результаты их сравнения со средними по другим странам с помощью процедуры ANOVA

Названия укрупненных ценностных категорий (индексы “третьего уровня”)	Названия семи ценностных индексов “второго уровня”	Средние значения ценностных индексов “второго уровня”, баллы, Россия, N = 2395	Характеристика положения России в сравнении с другими европейскими странами на основе средних значений*
Сохранение	Безопасность	0,75	Россия опережает все страны, кроме Украины, Венгрии, Болгарии и Кипра, с которыми нет значимых различий. Нет значимых различий также и с русскоговорящими жителями Эстонии.
	Конформность-Традиция	0,01	Россия занимает среднюю позицию, не тяготея к полюсам; отстает от шести стран и опережает 10 стран. Нет значимых различий с восемью странами – Ирландией, Бельгией, Финляндией, Словенией, Португалией, Кипром, Норвегией, Эстонией (как с русско-, так и с эстонговорящей).
Открытость изменениям	Самостоятельность	0,16	Россия смещена к нижнему краю диапазона европейских стран, упорядоченных по среднему значению этой ценности. Отстает от 17 стран, а также титульного населения Эстонии, и опережает всего две – Болгарию и Украину. Нет значимых различий с 4 странами – с Португалией, Польшей, Румынией, Словакией, а также с русскоговорящей Эстонией.
	Риск-Новизна	-0,93	Россия смещена к нижнему краю диапазона, отстает от населения 19 стран Европы и от эстонговорящих эстонцев. Нет значимых различий с населением 4 стран – Румынии, Венгрии, Испании и Украины, а также с русскоговорящим населением Эстонии.
	Гедонизм	-0,73	Россия смещена к нижнему краю диапазона, отстает от населения 19 стран Европы и титульного населения Эстонии. Опережает население 2 стран – Украины и Польши. Нет значимых различий с населением Словакии, Румынии и русскоязычным населением Эстонии.
Самоутверждение	Самоутверждение	-0,18	Россия характеризуется почти самой высокой значимостью этой ценности среди европейских стран, опережая 21 страну, а также титульное население Эстонии. Сильнее, чем у россиян, эти ценности выражены только у жителей Латвии и Румынии. Нет значимых различий у России лишь с русскоязычным населением Эстонии.

Таблица 3 (окончание)

Названия укрупненных ценностных категорий (индексы “третьего уровня”)	Названия семи ценностных индексов “второго уровня”	Средние значения ценностных индексов “второго уровня”, баллы, Россия, $N = 2395$	Характеристика положения России в сравнении с другими европейскими странами на основе средних значений*
Забота о людях и природе	Забота о людях и природе	0,42	Россия (вместе с Румынией, Словакией, Словенией и русскоговорящим населением Эстонии) отстает от большинства европейских стран, от нее отстает лишь Латвия.

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

российские оценки всякий раз оказываются неотличимы от значительного числа других стран, что указывает на замену степень общности между россиянами и другими европейцами по этой группе ценностей.

По средней выраженности ценностей двух других категорий – “*Заботе о людях и природе*” и “*Самоутверждению*”, Россия занимает крайние или близкие к краям позиции. Ценность “*Самоутверждение*” выражена у россиян сильнее, чем у жителей большинства других рассматриваемых стран, а ценность “*Забота*” – наоборот, слабее. Вывод о высоком значении индекса “*Самоутверждения*”, в состав которого входит, в частности, ценность богатства, согласуется с тем фактом, что на всем протяжении 1990-х гг. по показателю “материализма” и близким к нему ценностным индикаторам, разработанным Р. Инглхарт, Россия устойчиво находилась в числе мировых лидеров [Андреевкова, 1994; Inglehart, 1997; Inglehart, Baker, 2000]. Он согласуется также и с выводом о дальнейшем усилении “материалистической” мотивации россиян в 2000-е гг. [Магун, 2006]¹². Важно отметить также, что средние российские показатели по ценностям “*Забота о людях и природе*” и “*Самоутверждение*” значительно отличаются почти от всех рассматриваемых стран, что указывает на значительную специфику сегодняшней России.

Описав результаты сравнений по семи ценностным индексам “второго уровня”, построенным по алгоритмам Шварца, перейдем теперь к сравнениям по более укрупненным показателям, построенным на основе осуществленного нами и описанного выше факторного анализа. **Факторные ценностные индексы** относятся к наиболее высокому (четвертому) уровню интеграции ценностных характеристик. Их использование позволит дать более целостную характеристику российского населения.

На рисунке 4 показано положение России и 24 других европейских стран в пространстве двух ценностных факторов. При движении по горизонтальной оси меняются средние показатели стран по фактору “*Открытость изменениям–Сохранение*”: чем правее на графике расположена точка, тем более значимы для населения соответствующей страны ценности *Сохранения* и менее значимы ценности *Открытости изменениям*. При движении по вертикальной оси меняются показатели по фактору “*Забота о людях и природе–Самоутверждение*”: чем выше на графике расположена

¹² Для проверки результатов этих сравнений мы снова обратились к ответам респондентов на те вопросы анкеты, из которых были составлены соответствующие ценностные индексы. И снова увидели, что положение среднего россиянина в диапазоне европейских стран почти по всем (по восемь из девяти) составляющим индексам “*Заботы*” и “*Самоутверждения*” соответствует положению россиян по самим этим индексам. Это подтверждает правомерность предпринятых межстрановых сравнений по указанным индексам.

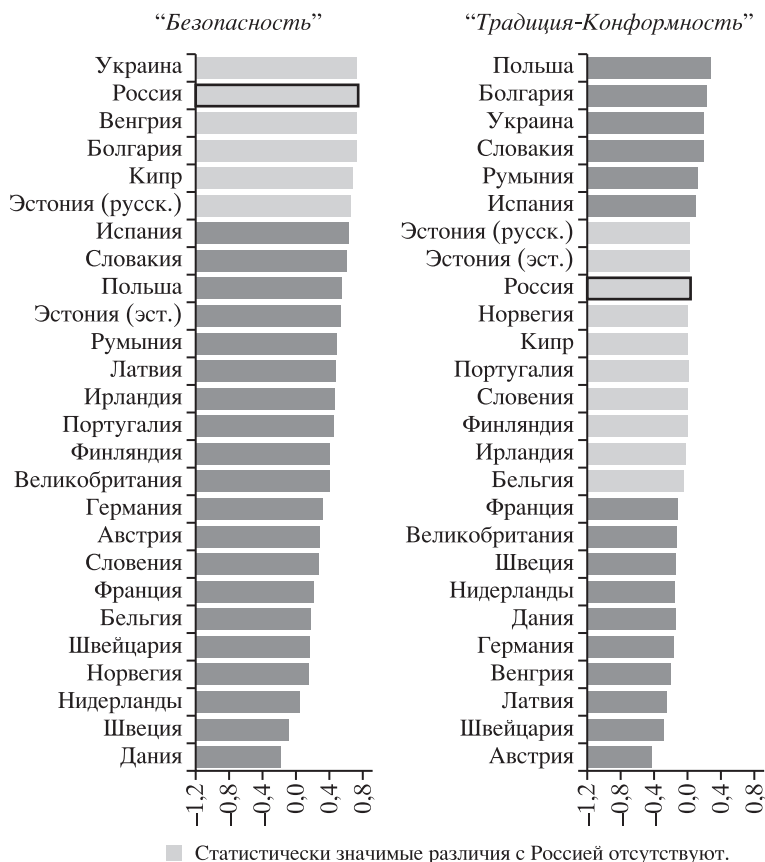


Рис. 1. Средние значения ценностных индексов “Безопасность” и “Конформность-Традиция” в 25 европейских странах.

точка, тем более значимы для населения соответствующей страны ценности “Самоутверждения” и менее значимы ценности “Заботы о людях и природе”. Как видим, Россия занимает по вертикали почти крайне верхнее положение, а по горизонтали – срединное. Иными словами, население России (если сравнивать его с населением других стран на основе средних величин) характеризуется срединным положением по ценностной оси “Открытость изменениям–Сохранение” и одной из самых высоких ориентаций на ценности “Самоутверждения” (в ущерб ценностям “Заботы о людях и природе”).

При этом по выраженности параметра “Открытость изменениям–Сохранение” средний россиянин похож на представителей большого числа других стран – российская средняя по этому ценностному фактору не дает статистически значимых отличий от средних оценок 10 других стран! По степени выраженности ценностей “Открытости–Сохранения” россияне попадают в одну категорию с очень разными странами: с Болгарией, Кипром, Францией, Финляндией, Венгрией, Ирландией, Португалией, Румынией, Словакией и Эстонией (включая и русскоговорящих, и титульный этнос). Что же касается ценностей “Заботы–Самоутверждения”, в этом отношении средний россиянин гораздо более своеобразен – только с русскоговорящими жителями Эстонии, населением Латвии и Украины у России нет статистически значимых различий¹³.

¹³ Все описанные сравнения средних по интегральным ценностным факторам осуществлялись с помощью процедуры ANOVA, применялся критерий Тамхена, $p < 0,05$.

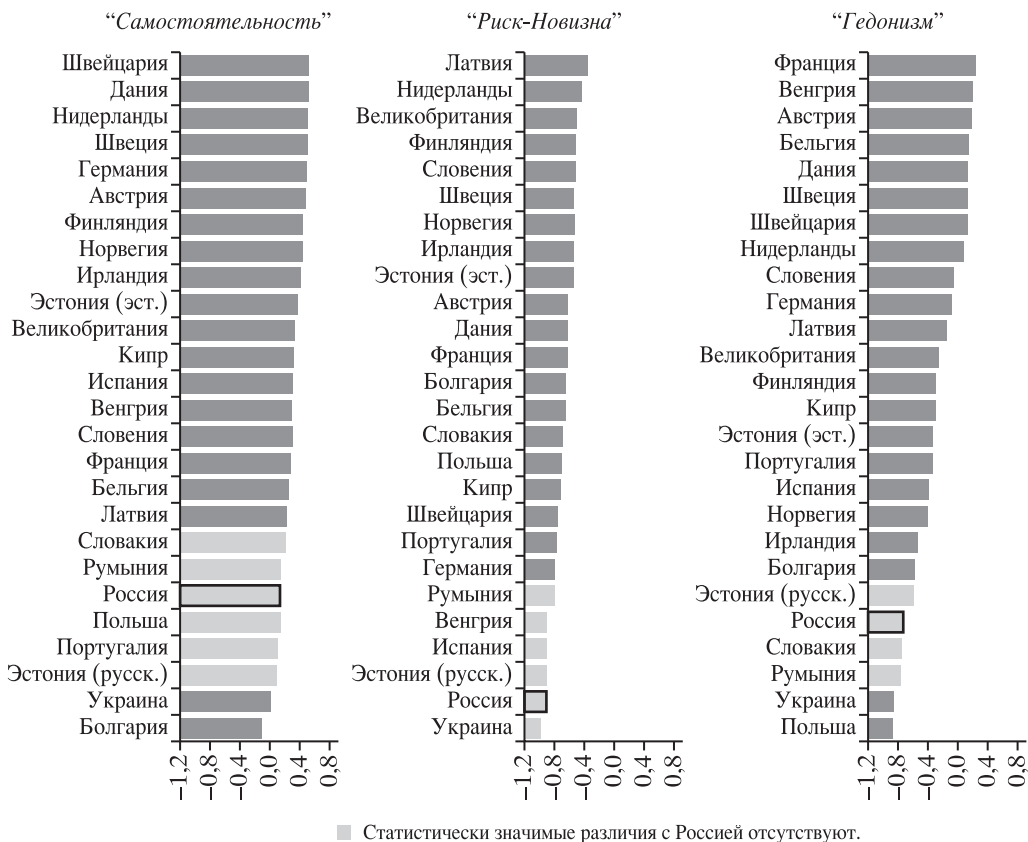


Рис. 2. Средние значения ценностных индексов “Самостоятельность”, “Риск-Новизна” и “Гедонизм” в 25 европейских странах.

На первый взгляд кажется неожиданным, что по фактору “Открытость–Сохранение” Россия занимает срединное положение: исходя из крайне высоких оценок России по “Безопасности” и крайне низких – по “Самостоятельности”, “Риску-Новизне” и “Гедонизму” (то есть по основным компонентам “Открытости–Сохранения”), можно было бы ожидать, что ее оценки по данному показателю будут резко сдвинуты в сторону “Сохранения”. Понять это кажущееся противоречие помогает описанная выше полная структура фактора, о котором идет речь. Напомним, что в его рамках “Сохранение” оказалось сопряжено с “Заботой о людях и природе”, то есть с категорией ценностей, значимость которых для россиян ниже, чем в большинстве других стран, и именно эти низкие значения частично “нейтрализовали” высокую значимость ценностей “Сохранения”. На другом же полюсе “Открытость изменениям” сопряжена, как показал тот же факторный анализ, с ценностями “Самоутверждения”, и благодаря этому сильно выраженное у россиян “Самоутверждение” “нейтрализовало” слабо выраженную “Открытость изменениям”. Эти процессы и обеспечили сдвиги российской средней оценки по рассматриваемому фактору в сторону срединных значений.

Таким образом, ценностная характеристика населения России, полученная на основе межстранового сравнения факторов, согласуется с той, что была дана выше на основе сравнения семи ценностных индексов “второго уровня”, но позволяет выразить ее в более интегральном виде. Полезным оказалось выделение интегральных характеристик именно с помощью факторного анализа: благодаря их большей сложности

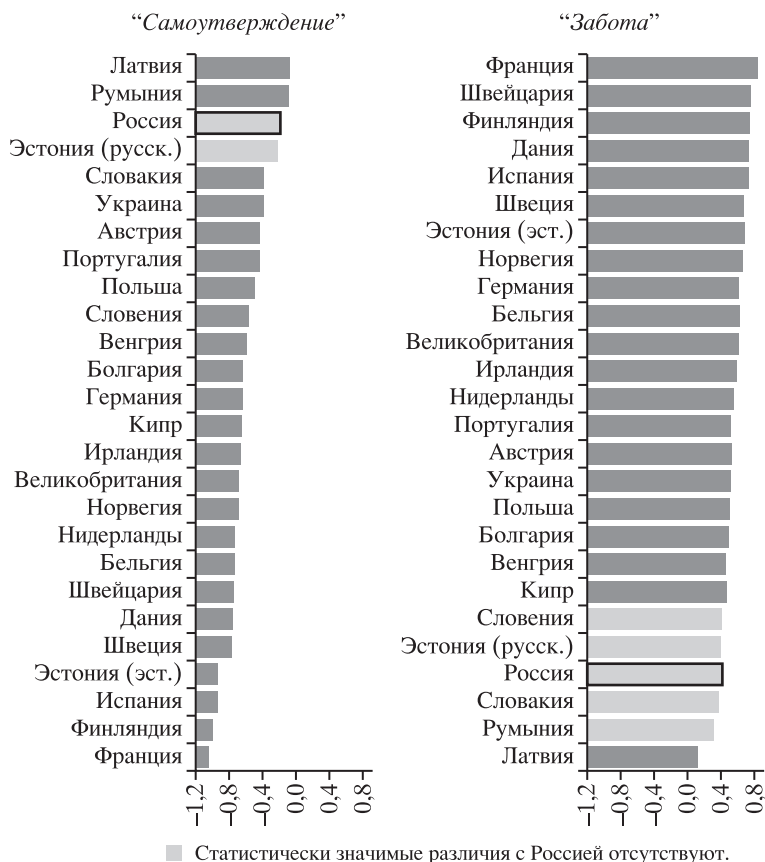
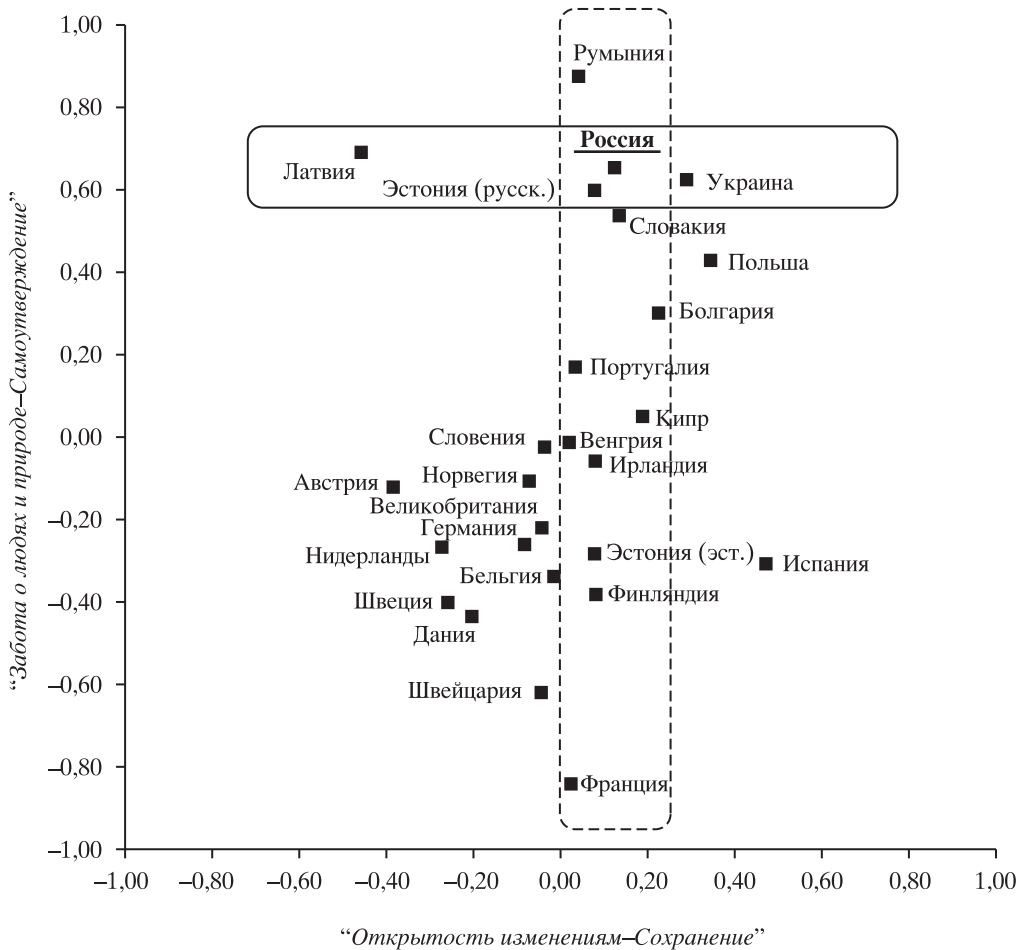


Рис. 3. Средние значения ценностных индексов “Забота о людях и природе” и “Самоутверждение” в 25 европейских странах.

выявилось срединное положение россиян по одному из двух ценностных факторов и их сходство с населением значительного числа европейских стран.

Итак, по итогам всех описанных в этом разделе ценностных сопоставлений можно представить сегодняшнего среднего россиянина как человека, для которого в сравнении с жителями большинства других европейских стран, включенных в исследование, характерна более высокая осторожность (или даже страх) и более выраженная потребность в защите со стороны сильного государства; у него слабее выражены потребности в новизне, творчестве, свободе и самостоятельности и ему менее свойственны склонность к риску, стремление к веселью и удовольствиям. Сходная выраженность перечисленных ценностей характерна и для представителей ряда других европейских стран, причем не только постсоциалистических.

В то же время средний россиянин сегодня сильнее, чем жители большинства европейских стран, стремится к богатству и власти, а также к личному успеху и социальному признанию. В связи с этим в его сознании меньше, чем у представителей других стран, остается места для заботы о равенстве и справедливости в стране и мире, для толерантности, заботы о природе и окружающей среде и даже для беспокойства и заботы о тех, кто его непосредственно окружают (более низкие значения “Заботы”). В рассматриваемом массиве оказалось немного стран, близких к России по степени выраженности этих ценностей. Обратим внимание, что сильное стремление к личному успеху и богатству не сочетается в сознании россиян со столь же выраженной смелостью, готовностью действовать по-новому, идти на риск и принимать



Отсутствие статистически значимых различий России с другими странами по фактору "Открытость изменениям—Сохранение"

Отсутствие статистически значимых различий России с другими странами по фактору "Забота о людях и природе—Самоутверждение"

Рис. 4. Положение 25 европейских стран в пространстве двух ценностных факторов, средние оценки по странам.

самостоятельные решения: люди мечтают об успехе, который бы достигался малой ценой¹⁴.

Публицисты, ученые и общественные деятели выражают сегодня серьезную озабоченность низким уровнем альтруистических, солидаристских ценностей в российском обществе и, наоборот, гипертрофированностью индивидуалистических ориентаций. Часто бывает, что активность моральной критики не связана с реальным состоянием

¹⁴ Этот вывод совпадает с результатами исследования трудовых ценностей россиян (см. [Магун, 2006]). Приведенная выше характеристика близка к той, что мы по итогам предыдущего раунда опросов дали обобщенному представителю Украины [Магун, Руднев, 2007], но отличие среднего россиянина – в несколько меньшей конформности и в меньшем акценте на скромность и следование традициям, а кроме того – в менее выраженной, чем у украинцев, ориентации на равенство и толерантность в подходе к людям. Как и средний россиянин, средний украинец меньше отличается от представителей других стран по ценностному фактору "Открытость изменениям—Сохранение", нежели фактору "Забота о людях и природе—Самоутверждение", но у россиян степень общности в этом отношении с другими европейцами еще выше.

массовых нравов и ориентаций, но в данном случае это не так: результаты нашего исследования подтверждают, что проблема, действительно, существует. Сравнение России с другими европейскими странами явно свидетельствует, что у сегодняшнего среднего россиянина крайне слабо выражены надличные ценности, связанные с заботой о благополучии других людей, о равноправии и терпимом отношении к ним, а также с заботой об окружающей среде, и наоборот, крайне высока значимость противостоящих им “эгоистических” ценностей¹⁵.

При сломе советской патерналистской системы государство полностью переложило свои социальные обязательства на плечи отдельного человека, и это привело к росту индивидуализма как чувства личной ответственности индивида за свое благополучие и благополучие своей семьи [Кесельман, Мацкевич, 2001, с. 101–107; Лапин, 2003, с. 80]. Одновременно из-за отказа от коммунистической идеологии поменялись и моральные приоритеты: следование личному интересу и участие в конкуренции перешли из разряда осуждаемых в категорию одобряемых ценностей, а забота о благе окружающих, наоборот, потеряла былой нравственный ореол [Магун, 1994]. Тот факт, что сегодня Россия по показателю “*Заботы–Самоутверждения*” опережает почти все остальные страны, – симптом того, что сдвиг российского общества в сторону конкурентных ценностей индивидуального успеха, власти и богатства был чрезмерным, и установившийся ныне баланс между ценностями конкурентного индивидуализма и солидарности не оптимален.

В сравнениях, описанных выше, каждая страна была представлена одним значением той или иной ценности, и мы намеренно игнорировали *внутри*страновые различия между индивидами, создавая в то же время благоприятные условия для обнаружения *меж*страновых различий. Даже при таком методе сравнения удалось выявить *сходства* между странами и по семи индексам, и по двум ценностным факторам. По-видимому, эти сходства еще усилятся при переходе от агрегированного (странового) анализа данных к анализу на уровне отдельных индивидов.

(Окончание следует)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Андреевкова А.В. Материалистические/постматериалистические ценности в России // Социологические исследования. 1994. № 11.
- Белинская Е.Л. Система ценностей личности в перспективе толерантности (<http://www.tolz.ru/library/?id=436>)
- Бобнева М.И., Дорофеев Е.Д. Изменение ценностных систем личности в период преобразования общества // Ценностное сознание личности в период преобразования общества. М., 1997.
- Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. СПб., 2004.
- Кесельман Л.Е., Мацкевич М.Г. Социальное пространство наркотизма. СПб, 2001 (см. также: <http://www.narcom.ru/ideas/socio/35.html#5>. Разделы 5 и 6).
- Лапин Н.И. Как чувствуют себя, к чему стремятся граждане России // Социологические исследования. 2003. № 6.
- Лебедева Н.М. Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре // Психологический журнал. 2001. № 3.
- Магун В.С. Динамика трудовых ценностей российских работников: 1991–2004 гг. // Российский журнал менеджмента. 2006. № 4.
- Магун В.С. Потребности и психология социальной деятельности личности. Л., 1983.
- Магун В.С. Ценностный реванш в современном российском обществе // Куда идет Россия?.. Альтернативы общественного развития. М., 1994.

¹⁵ Важно подчеркнуть, что речь идет о крайне сильной выраженности не всех индивидуалистических ценностей, а только ценностей “*Самоутверждения*”, которые наиболее явно 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.

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

Магун В., Руднев М. Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2008. № 1.

Руднев М. Влияние внутристрановых этнических различий на жизненные ценности (по материалам сравнения русского и эстонского населения Эстонии) // Социологические этюды. Сборник статей. Вып. 2. М., 2009.

Тихомандрицкая О.А., Дубовская Е.М. Особенности социально-психологического изучения ценностей как элементов когнитивной и мотивационно-потребностной сферы // Мир психологии. 1999. № 3.

Cornwell J.M., Dunlap W.P. On the Questionable Soundness of Factoring Ipsative Data // Journal of Occupational and Organizational Psychology. 1994. Vol. 67.

Davidov E., Schmidt P., Schwartz Sh. Bringing Values Back in: the Adequacy of the European Social Survey to Measure Values in 20 Countries // Public Opinion Quarterly. 2008. Vol. 72. № 3.

Inglehart R. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies. Princeton (N.J.), 1997.

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

Jowell R., Roberts C., Fitzgerald R., Eva G. Measuring Attitudes Cross-nationally: Lessons from the European Social Survey. London, 2007.

Schwartz S.H. Instructions for Computing Scores for the 10 Human Values and Using them in Analyses // Documentation for ESS-1. 2003.

Schwartz S.H. Universals in Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries // Advances in Experimental Social Psychology. San Diego (Cal), 1992. Vol. 25.

Schwartz S.H., Bilsky W. Toward a Theory of the Universal Content and Structure of Values: Extensions and Cross-cultural Replications // Journal of Personality and Social Psychology. 1990. Vol. 58.

Schwartz S.H., Lehmann A., Roccas S. Multimethod Probes of Basic Human Values// Social Psychology and Culture Context: Essays in Honor of Harry C. Triandis. Newbury Park (Cal), 1999.

Schwartz S.H., Melech G., Lehmann A., Burgess S., Harris M. Extending the Cross-cultural Validity of the Theory of Basic Human Values with a Different Method of Measurement // Journal of Cross-cultural Psychology. 2001. Vol. 32.