

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ

*В.С. Магун, М.Г. Руднев*

**БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ-2008:  
СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ  
МЕЖДУ РОССИЯНАМИ  
И ДРУГИМИ ЕВРОПЕЙЦАМИ**

Препринт WP6/2010/03  
Серия WP6

Гуманитарные исследования

Москва  
2010

М12

**Магун, В. С.** Базовые ценности-2008: сходства и различия между россиянами и другими европейцами : Препринт WP6/2010/03 [Текст] / В. С. Магун, М. Г. Руднев ; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 52 с. – 150 экз.

На данных, полученных с помощью методики Ш. Шварца в рамках четвертого раунда Европейского социального исследования (2008 г.), предпринят анализ базовых ценностей российского населения и их сравнение с ценностями населения 31 европейской страны.

Осуществлено три вида сопоставлений: сравнение страновых средних, сравнение стран с учетом их внутренней ценностной неоднородности, а также межстрановые сравнения при контроле различий в социально-демографическом составе стран.

Полученные результаты свидетельствуют о наличии ценностных барьеров на пути развития российской экономики и российского общества и указывают на необходимость разработки культурной политики, направленной на их преодоление.

УДК 008  
ББК 65в6

*В.С. Магун* – кандидат психологических наук, зав. сектором исследований личности Института социологии РАН, ведущий научный сотрудник Государственного университета – Высшей школы экономики.

*М.Г. Руднев* – кандидат социологических наук, научный сотрудник Института социологии РАН, младший научный сотрудник Государственного университета – Высшей школы экономики.

**Magun, Vladimir.** Basic human values-2008: similarities and dissimilarities between Russians and other Europeans : Working paper WP6/2010/03 [Text] / V. Magun, M. Rudnev; The University – Higher School of Economics. – Moscow: Publishing House of the University – Higher School of Economics, 2010. – 52 p. – 150 copies.

The authors rely mainly on the data from the fourth round of the European Social Survey held in 2008 in their comparison between the Russian basic values and the values of the 31 other European countries as measured by Schwartz PVQ.

The authors start from comparing country averages. Then they compare Russia with the other countries taking into account within country value diversity. And finally they refine cross country value comparisons taking the advantage of the multiple regression analysis.

As revealed from the study there are important value barriers to the Russian economy and society progress and well targeted cultural policy is needed to promote the necessary value changes.

Препринты Государственного университета – Высшей школы экономики размещаются по адресу: <http://www.hse.ru/org/hse/wp>

© Магун В. С., 2010  
© Руднев М. Г., 2010  
© Оформление. Издательский дом Государственного университета – Высшей школы экономики, 2010

В общественных дискуссиях о будущем России всегда активно обсуждается вопрос о ее европейской («западной») или неевропейской идентичности и, соответственно, об общем с другими европейскими странами или, наоборот, особом пути развития. Благодаря этому исследованию сходств и отличий базовых ценностей россиян и жителей других европейских стран оказывается тесно связано с более широкой полемикой о путях развития России.

Мы предполагаем, что результаты исследования, излагаемые ниже, подтверждают общий тезис, выдвинутый американскими учеными А. Шлейфером и Д. Трейзманом в известной статье «Россия – нормальная страна» [Шлейфер, Трейзман, 2004]. Суть данного тезиса в том, что, несмотря на все своеобразие нашей страны, процессы в сегодняшней России в целом подчиняются общим закономерностям, характерным для стран сходного с ней уровня экономического и политического развития. Авторы имеют в виду и упоминают в своей статье страны, расположенные на разных континентах. Применительно к Европе, исходя из этого тезиса, можно ожидать, что Россия окажется сравнительно близка по своим ценностям к другим пост-социалистическим странам, с которыми ее объединяет сходный исторический опыт новейшего времени и к которым она близка по уровню экономического развития. Можно также ожидать, что и среди старых капиталистических стран Европы Россия окажется ближе к тем странам, которые меньше отличаются от нее по уровню экономического развития – в частности к странам Южной, нежели Западной и Северной Европы.

Российские базовые ценности являлись объектом сравнительного межстранового анализа в целом ряде работ [Inglehart, 2010; Inglehart,

<sup>1</sup> Статья выполнена при финансовой поддержке Центра фундаментальных исследований Государственного университета – Высшей школы экономики. Авторы признательны В.Е. Гимпельсону, М.С. Жамкочьян, А.Л. Лукьяновой, Г.А. Монусовой, А.Ю. Зудину, [А.В. Полетаеву](#) и Ш. Шварцу (Shalom Schwartz) за ценные замечания и предложения.

1997; Inglehart, Baker, 2000; Schwartz, 2008; Schwartz, Bardi, 1997 и др.], но в большинстве этих работ Россия не была специальным, отдельным от других стран предметом анализа. Кроме того, большинство выводов в проведенных ранее исследованиях строилось на базе агрегированных данных, когда целая страна отображалась в виде точки, соответствующей средним оценкам ее населения по одному или нескольким ценностным параметрам.

Цель данной статьи – проанализировать сходства и отличия по ценностям между россиянами и другими европейцами. При этом мы планируем: а) сравнить Россию с другими странами по средним ценностным показателям; б) более детально исследовать, из каких именно внутристрановых подгрупп с точки зрения разделяемых ими ценностей состоит российское население (предполагаем, что при таком анализе более детально, чем при сравнении средних, будут видны сходства и отличия между жителями разных стран); в) с помощью множественного регрессионного анализа выявить роль различных детерминант, влияющих на ценности, и определить соотношение влияний со стороны страновой принадлежности и социально-демографических характеристик индивидов.

Богатые возможности для обоснованных сравнений субъективной культуры России и других европейских стран появились благодаря вступлению нашей страны в 2006 г. в число участников European Social Survey (ESS) – Европейского социального исследования [Jowell, Roberts, Fitzgerald, Eva, 2007] ([www.europeansocialsurvey.org](http://www.europeansocialsurvey.org); [www.ess-ru.ru](http://www.ess-ru.ru))<sup>2</sup>. Это впервые позволило 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 СССР. В данной работе анализируются данные по 32 странам. Мы используем широко принятое в сравнительных

---

<sup>2</sup> В России Европейское социальное исследование осуществляет Институт сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ), национальный координатор ESS в России – к.полит.н. А.В. Андреев (www.cessi.ru).

Массив данных ESS, по которому выполнялись расчеты, перевзвешивался с помощью двух видов весов – веса, корректирующего дизайн внутристрановых выборов, а также «популяционного веса», корректирующего при объединении данных нескольких стран соотношения численности их населения.

исследованиях (см., например, [Norris, Davis, 2007]) деление европейских стран на 4 группы: постсоциалистические страны Центральной и Восточной Европы (в нашем массиве данных их 12), средиземноморские (сюда относятся Греция, Израиль<sup>3</sup>, Испания, Кипр, Турция, Португалия), скандинавские (Дания, Исландия, Норвегия, Швеция, Финляндия) и западноевропейские страны (Австрия, Бельгия, Великобритания, Германия, Ирландия, Люксембург, Нидерланды, Франция, Швейцария).

Настоящая статья выполнена в основном на данных четвертого раунда ESS (опросы проводились в 2008 – начале 2009 г.), к которым добавлены данные по нескольким странам из предыдущих раундов ESS (по Австрии и Ирландии – из 3-го раунда, по Исландии и Люксембургу – из 2-го). Приведенные в статье расчеты частично повторяют те, что были выполнены в наших прежних публикациях, основанных на материалах третьего раунда ESS (осуществленного в 2006 – начале 2007 г.) [Магун, Руднев, 2008, 2009]. Цель подобного повтора – проверить полученные ранее выводы и подтвердить их надежность. В то же время в нынешнем анализе мы активно используем группировку европейских стран по 4 категориям, чего не делали ранее. Этот прием позволяет более четко охарактеризовать сравнительное положение России на ценностной карте Европы.

В данной статье ценности определяются как убеждения человека в значимости (или важности) лично для него некоторого объекта или явления; базовые ценности – те конечные, целевые ценности человека, на основе которых формируется все множество инструментальных (оперативных, текущих) ценностей, направляющих его жизнедеятельность.

В рамках ESS для измерения ценностей применялась модификация Портретного ценностного вопросника (Portrait Values Questionnaire) Ш. Шварца [Schwartz, Lehmann, Roccas, 1999; Schwartz, Melech, Lehmann, Burgess, & Harris, 2001; Schwartz, 2003a]. Как и другие его методики, вопросник построен на основе разработанной Шварцем классификации ценностей, ключевым в которой является выделение 10 ценностных индексов [Schwartz, Bilsky, 1990; Schwartz,

---

<sup>3</sup> Географически Израиль не принадлежит к Европе, но в силу культурной близости его часто включают в европейские сопоставления.

1992]. В ESS некоторые из ценностей не удается при измерении дифференцировать друг от друга, и потому более надежно формировать на основании этой анкеты не 10, а только 7 ценностных индексов [Davidov, Schmidt, Schwartz, 2008]<sup>4</sup>.

Значимость ценностей «первого (исходного) уровня» устанавливалась непосредственно на основе ответов респондента на вопросы анкеты; всего этих показателей 21 — по числу содержащихся в анкете вопросов — и каждый из них оценивался по шкале от 1 до 6 (чем выше балл, тем выше значимость). Эти показатели использовались сами по себе, а также для вычисления перечисленных в табл. 1 семи ценностных индексов (ценностей «второго уровня» интеграции); эти производные индексы представляют собой среднюю соответствующих ценностных показателей первого уровня<sup>5</sup>.

Предшествующие исследования Ш. Шварца показали, что семь ценностей «второго уровня» агрегирования в свою очередь можно объединить в четыре более крупных 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», «Самостоятельность» и «Гедонизм», и эти две категории образуют первую ценностную ось (относящуюся вместе со второй осью к ценностям «четвертого уровня») — «Открытость изменениям — Сохранение». Вторая ось — «Забота о людях и природе — Самоутверждение» отражает оппозицию ценностных категорий «Самоутверждения» (значимость власти, бо-

<sup>4</sup> Респондентам предлагалось 21 описание людей, характеризующихся теми или иными ценностями (см. табл. 1), и каждый из этих портретов респондент должен был оценить по 6-балльной 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). В статье большая значимость ценности обозначается и более высоким баллом (в анкете ESS и в исходном массиве данных ESS нумерация пунктов этой шкалы иная).

<sup>5</sup> В большинстве расчетов, где участвовали ценности первого и второго уровней, они предварительно подвергались преобразованию, называемому «центрированием». Алгоритм центрирования предложен Ш. Шварцем [Schwartz, 2003б; Schwartz, Verkasalo, Antonovsky, Sagiv, 1997]. В большинстве случаев в статье используются центрированные ценностные показатели, исключения специально оговариваются.

гатства, личного успеха) и «Заботы о людях и природе» (значимость социального равенства, заботы о ближних и «дальних», а также бережного отношения к окружающей среде). В табл. 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, т.е. коррелируют друг с другом.

Мы строим 7 ценностных индексов «второго уровня» по алгоритмам, предложенным Ш. Шварцем, но для определения структуры ценностных осей (показателей «четвертого уровня») используем процедуру, отличающуюся от той, что рекомендует Шварц, а именно — процедуру факторного анализа. Факторный анализ 21 ценностного показателя «первого уровня»<sup>6</sup> дает ценностные *факторные оси*, которые независимы друг от друга (т.е. не имеют значимой корреляции) и, как оказалось, каждая из них имеет более сложную структуру, чем ценностные оси, предложенные Шварцем. Кроме того, с их помощью удастся получить результаты, которые не удастся получить используя оси, построенные по алгоритму Шварца [Магун, Руднев, 2007, 2008, 2009].

Проанализируем *факторную структуру ценностных показателей* для массива *четвертого* раунда ESS (табл. 2). Всего в матрице оказалось три фактора, чье собственное число было не меньше единицы.

**Первый фактор** отражает генерализованную тенденцию респондентов давать примерно одинаковые по величине ответы на все ценностные вопросы и свидетельствует о наличии у человека определенного стиля реагирования, выражающегося в концентрации его разнообразных ответов на том или ином участке шкалы. Индивидуальные значения респондентов по этому фактору в дальнейшем анализе не рассматриваются.

<sup>6</sup> 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; Verkasalo, Lonnqvist, Lipsanen, Helkama, 2009]).

Таблица 1. Иерархия ценностных показателей (по Ш. Шварцу)

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 <i>Conservation</i>	Безопасность <i>Security</i>	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
			Он убежден, что люди должны делать то, что им говорят. Он считает, что люди должны всегда следовать правилам, даже если никто за этим не следит
		Конформность-Традиция <i>Conformity-Tradition</i>	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 внимания
			Он ценит традиции. Он старается следовать религиозным и семейным обычаям
	Открытость изменениям <i>Openness to change</i>	Самостоятельность <i>Self-direction</i>	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 <i>Stimulation</i>	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 <i>Hedonism</i>	Для него важно хорошо проводить время. Ему нравится себя баловать
			Он ищет любую возможность повеселиться. Для него важно заниматься тем, что доставляет ему удовольствие

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) <i>Self-Enhancement (Achievement and Power)</i>		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) <i>Self-Transcendence (Benevolence and Universalism)</i>		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			

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 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* (включая



шие 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, жить под защитой сильного государства, и т.п.) и *снижается* значимость открытости изменениям (приключений и риска, жизни, полной впечатлений, занятий, доставляющих удовольствие, возможности себя баловать, новизны и сюрпризов, оригинальности и творчества, и т.п.). Три ключевых показателя, которые имеют максимальные по абсолютной величине веса и воплощают основной смысл второго фактора: с одной стороны – значимость скромности и избегания любых поступков, способных вызвать осуждение (факторные нагрузки показателей равны 0,51 и 0,48), и с другой – значимость приключений, риска и жизни, полной впечатлений (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 небольшими *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 невысокими *отрицательными* весами в этот 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 признания<sup>7</sup>.

Итак, в данном факторе ценности *Сохранения* сопряжены 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*

<sup>7</sup> Вхождение в фактор этих дополнительных ценностей может быть понято в свете представлений об инструментально-целевых соотношениях. Оппозиция «Открытость изменениям – Сохранение» характеризует конечные, «главные» ценности, характерные для людей, имеющих заметные значения по данному фактору, т.е. их ценности-цели. Примкнувшие же к этой оппозиции дополнительные показатели характеризуют, соответственно, инструментальные ценности, или ценности-средства. Подробнее см.: [Магун, Руднев, 2009].

*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: ценности богатства, а также уважения и власти над людьми (факторные нагрузки равны 0,46 и 0,40) на одном полюсе, и ценность готовности человека выслушивать мнения тех, кто от него отличается, желания понять их точку зрения – на другом (факторный вес –0,39).

Кроме того, небольшие, но 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)<sup>8</sup>.

Таким образом, содержание данного ценностного фактора тоже оказалось сложнее, чем в схеме Шварца, и ему, соответственно, тоже приходится давать двойное наименование: *«Самоутверждение,*

<sup>8</sup> Присоединение этих дополнительных показателей вполне объяснимо в свете упомянутых выше представлений о целях и средствах, подробнее см.: [Магун, Руднев, 2009].

Таблица 2. Факторная структура исходных ценностных высказываний населения 32 европейских стран ( $N = 59885$ , нецентрированные данные; метод главных компонент, без вращения)\*

Названия укрупненных ценностных категорий, к которым Ш. Шварц относит исходные высказывания респондентов	Содержание исходных ценностных высказываний из анкеты ESS – Ценности «первого уровня»	Факторные нагрузки		
		Фактор I	Фактор II	Фактор III
Сохранение	Важно жить в безопасном окружении	0,49	0,38	0,28
	Важно, чтобы правительство и сильное государство могло защитить своих граждан	0,51	0,36	0,24
	Важно выполнять, что говорят, и следовать правилам даже если никто за этим не следит	0,38	0,38	0,35
	Важно вести себя правильно и избегать поступков, которые могут вызвать осуждение	0,47	0,48	0,26
	Важно быть скромным, держаться в тени, не привлекать внимания	0,30	0,51	-0,03
	Важно следовать традициям, религиозным и семейным обычаям	0,42	0,42	0,21
	Открытость изменениям	Важно придумывать новое, быть творческим, все делать оригинально	0,51	-0,30
Важно самому принимать решения, быть свободным, не быть зависимым		0,52	-0,19	-0,24
Любовь к сюрпризам и поиск нового; важность разнообразия		0,55	-0,41	-0,19
Поиск приключений, любовь к риску, стремление к жизни, полной впечатлений		0,41	-0,61	-0,04
Важно хорошо проводить время; желание баловать себя		0,52	-0,46	-0,13
Поиск возможности повеселиться; важно делать то, что доставляет удовольствие		0,49	-0,47	-0,14

Названия укрупненных ценностных категорий, к которым Ш. Шварц относит исходные высказывания респондентов	Содержание исходных ценностных высказываний из анкеты ESS – Ценности «первого уровня»	Факторные нагрузки		
		Фактор I	Фактор II	Фактор III
Самоутверждение	Важно демонстрировать способности; хочет, чтобы люди им восхищались	0,59	-0,31	0,29
	Важно быть успешным; надеется на признание своих достижений	0,62	-0,34	0,29
	Важно быть богатым; хочет иметь много денег и дорогие вещи	0,42	-0,43	0,46
	Важно быть уважаемым человеком; хочет управлять людьми	0,53	-0,05	0,40
Забота о людях и природе	Важно помогать окружающим; хочет заботиться об их благополучии	0,57	0,30	-0,34
	Важно быть верным другом; хочет посвятить себя близким людям	0,56	0,25	-0,34
	Важно равенство в обращении с людьми во всем мире, равенство возможностей для всех	0,44	0,28	-0,31
	Важно выслушивать мнения непохожих на него людей, понять точку зрения тех, с кем не согласен	0,50	0,25	-0,39
	Важно заботиться об окружающей среде, беречь природу	0,50	0,35	-0,26
Информативность факторов		25%	14%	8%

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

*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».*

Итак, в результате факторного анализа выделено два интегральных ценностных параметра (или фактора, или оси). Эти интегральные параметры богаче по содержанию, чем ценностные оси, выде-

ленные Шварцем, поскольку с каждым из них связаны не две, а все четыре ценностные категории. «Ядерные» характеристики выделенных нами факторов совпадают с содержанием выделенных Шварцем ценностных осей, но оказалось, что к ним примыкают еще и группы иных по содержанию ценностей с меньшими по величине нагрузками, 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 этим интегральным параметрам, мы приписываем каждому респонденту индивидуальные оценки по второму и третьему факторам.

### Сравнение среднего россиянина со «средними» представителями других стран

Начнем со сравнений России с европейскими странами по средним значениям семи перечисленных выше *ценностных индексов «второго уровня»*. На рис. 1–3 приведены средние значения ценностных индексов в каждой из 32 стран, включенных в Европейское социальное исследование. Страны ранжированы в порядке убывания важности соответствующей ценности; объемы выборок колеблются от 533 (Исландия) до 2740 (Германия). Статистическая значимость различий между Россией и этими странами (она указана на рисунках) определялась с помощью критерия Тамхена ( $p < 0,05$ ) и процедуры однофакторного дисперсионного анализа – ANOVA.

Из рисунков 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 32 европейских стран. Следует, правда, иметь в виду, что Россия, как правило, делит свою позицию с другими странами, и чаще всего – это страны из числа постсоциалистических и средиземноморских.

По ценностям, относящимся к категории *Сохранения*, Россия превосходит большинство стран выраженностью ценности *Безопасность*,

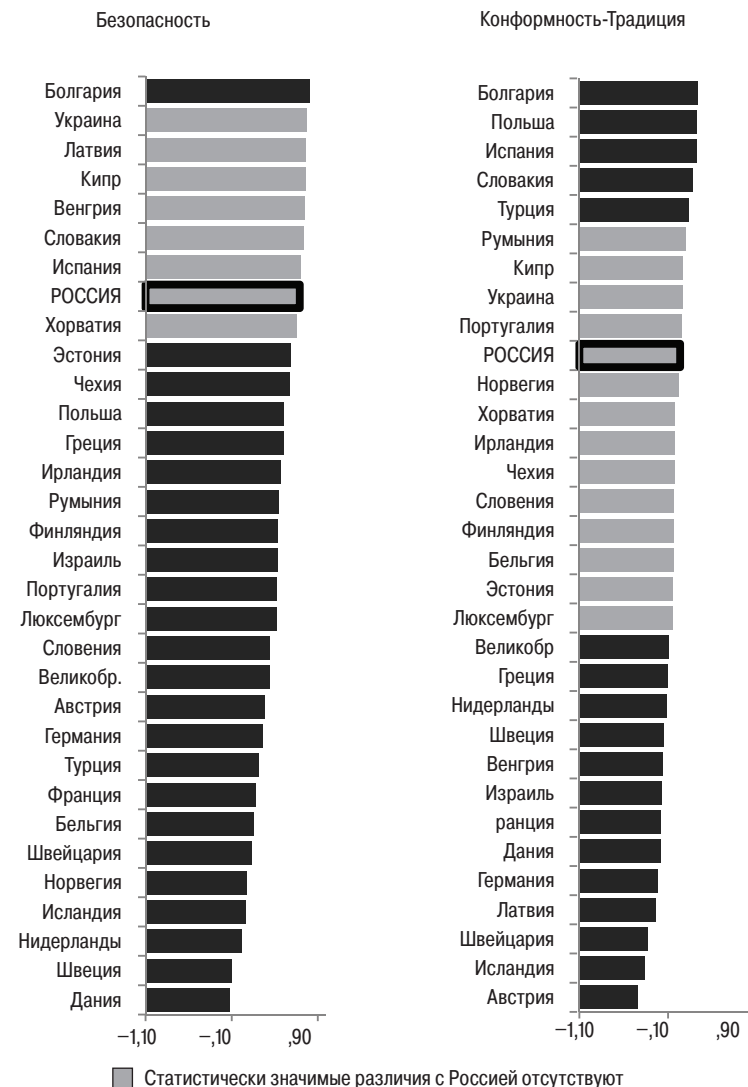


Рис. 1. Средние значения ценностных индексов «Безопасность» и «Конформность-Традиция» в 32 европейских странах



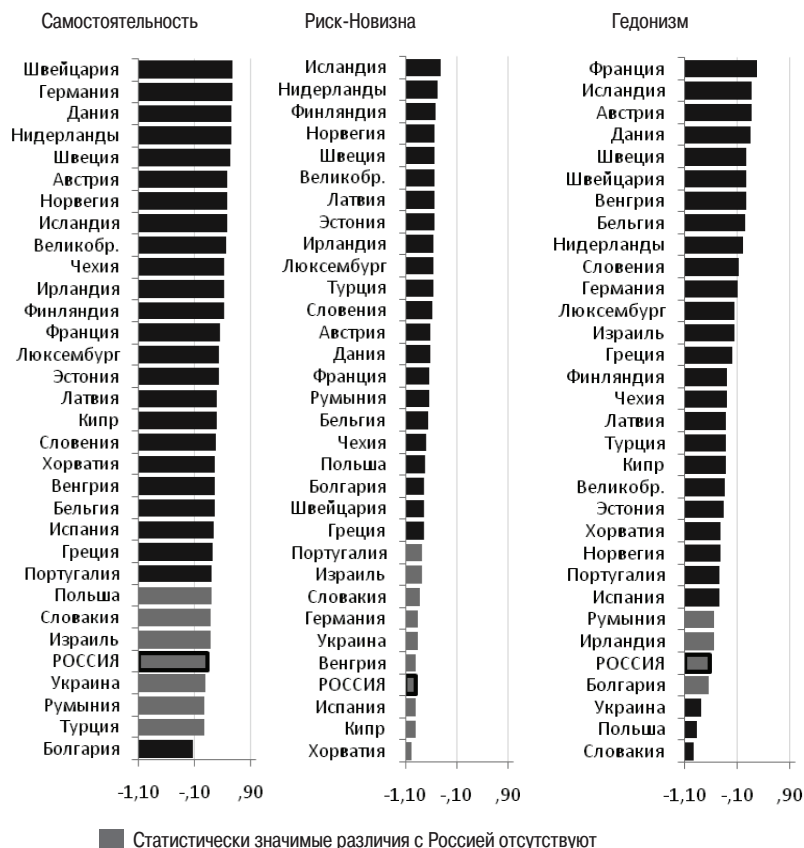


Рис. 2. Средние значения ценностных индексов «Самостоятельность», «Риск-Новизна» и «Гедонизм» в 32 европейских странах

но занимает средневысокое положение по выраженности ценностей *Традиция-Конформность* (см. рис. 1). По выраженности ценностей *Самостоятельность*, *Гедонизм* и *Риск-Новизна*, входящих в категорию *Открытость изменениям*, Россия, наоборот, уступает большинству европейских стран (см. рис. 2)<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> Вывод о слабой выраженности *Самостоятельности* согласуется с полученными ранее данными об устойчиво низкой (в сравнении с развитыми капиталистическими странами) выраженности инициативности в трудовых ценностях россиян (см. [Магун, 2006]).

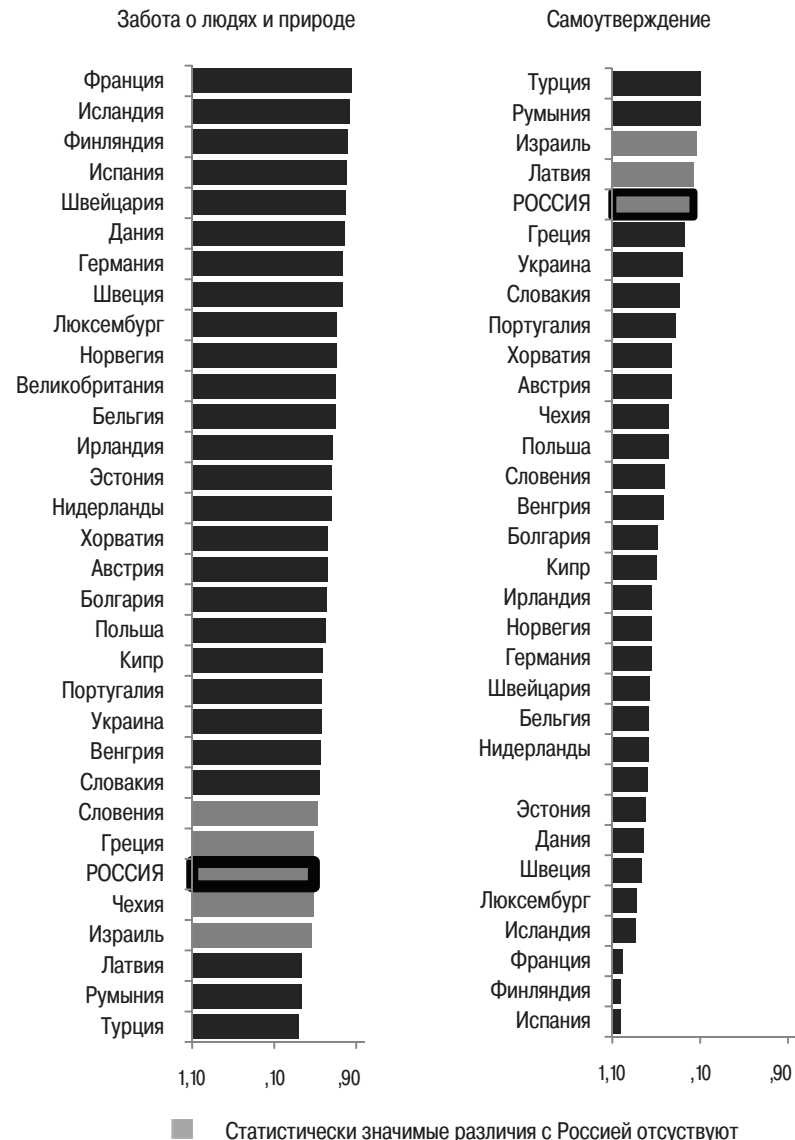


Рис. 3. Средние значения ценностных индексов «Забота о людях и природе» и «Самоутверждение» в 32 европейских странах

По средней выраженности ценностей двух других категорий — *Забота о людях и природе* и *Самоутверждение* (см. рис. 3) 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<sup>10</sup>. Вывод о высоком значении индекса *Самоутверждения*, в состав которого входит, в частности, ценность богатства, согласуется с тем фактом, что на всем протяжении 1990-х годов по показателю «материализма» и близким к нему ценностным индикаторам, разработанным Р. Инглхартом, Россия устойчиво находилась в числе мировых лидеров [Андреенкова, 1994; Inglehart, 1997; Inglehart, Baker, 2000]. Он согласуется также и с выводом о дальнейшем усилении «материалистической» трудовой мотивации россиян в 2000-е годы [Магун, 2006].

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 оси** относятся к наиболее высокому (четвертому) уровню интеграции ценностных характеристик, и их использование позволит дать более целостную характеристику среднего россиянина.

На рис. 4 показано положение России и еще 31 европейской страны 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 точка, тем более значимы для населения соответствующей страны ценности *Самоутверждения* и ме-

<sup>10</sup> Для проверки результатов сравнений России с другими странами по 7 ценностным индексам мы обратились к ответам респондентов на отдельные вопросы анкеты (к ценностям «первого уровня»), из которых были составлены соответствующие ценностные индексы. Сравнение этих ответов почти во всех случаях дало те же результаты, что и сравнение индексов, и это подтверждает правомерность использования указанных индексов.

нее значимы ценности *Заботы о людях и природе*. В целом межстрановой разброс европейских стран по *Открытости — Сохранению* меньше, чем по *Заботе — Самоутверждению*. Россия, как видим, занимает по вертикали почти крайнее верхнее положение, а по горизонтали — срединное. Иными словами, население России (если сравнивать его с населением других стран на основе средних величин) характеризуется срединным положением 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 этой ценностной оси не дает статистически значимых отличий от средних оценок 13 других европейских стран! Что же касается ценностей «*Заботы — Самоутверждения*», в этом отношении средний россиянин гораздо более своеобразен — только с жителями Украины, Словакии и Турции у России нет статистически значимых различий<sup>11</sup>.

На первый взгляд кажется неожиданным, что по фактору «*Открытость — Сохранение*» Россия занимает срединное положение: исходя из крайне высоких оценок России по *Безопасности* и крайне низким — по *Самостоятельности*, *Риску-Новизне* и *Гедонизму* (т.е. 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 это фактор, в котором «*Открытость, сопряженная с самоутверждением*» противостоит «*Сохранению, сопряженному с заботой*». Именно благодаря примыкающим к *Открытости — Сохранению* дополнительным ценностям значение России по этой ценностной оси и сдвинулось в направлении срединных значений.

Таким образом, ценностная характеристика населения России, полученная на основе сравнения ее с другими странами по **факторным осям** согласуется с той, что была дана выше на основе сравнения

<sup>11</sup> Все описанные сравнения средних по интегральным ценностным факторам осуществлялись с помощью процедуры ANOVA, применялся критерий Тамхена,  $p < 0,05$ .

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 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, который в сравнении с жителями большинства других европейских стран, включенных в исследование, крайне высоко ценит безопасность и защиту со стороны сильного государства; он слабее привержен ценностям новизны, творчества, свободы и самостоятельности и меньше ценит риск, веселье и удовольствия. Сходная выраженность перечисленных ценностей характерна и для представителей ряда других европейских стран, чаще всего — постсоциалистических и средиземноморских.

В то же время средний россиянин сегодня сильнее, чем жители большинства европейских стран, привержен ценностям богатства и власти, а также личного успеха и социального признания. Сильная ориентация на личное самоутверждение оставляет в его сознании меньше, чем у представителей других стран, места для заботы о равенстве и справедливости в стране и мире, о толерантности, о природе и окружающей среде и даже для беспокойства и заботы о тех, кто его непосредственно окружает. В рассматриваемом массиве оказалось немного стран, близких к России по степени выраженности всех этих ценностей.

Обратим внимание, что сильная приверженность ценностям личного успеха и богатства не сочетается в сознании россиян со столь же выраженной смелостью, готовностью действовать по-новому, идти на риск и принимать самостоятельные решения. Даже ради успеха и богатства люди не готовы к действиям, выходящим за пределы исполнительской рутины и требующим от них повышенных энергетических и эмоциональных затрат<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> Этот вывод совпадает с результатами исследования трудовых ценностей россиян, см.: [Магун, 2006]. В целом приведенная характеристика среднего россиянина близка к той, что мы по итогам второго раунда опросов дали обобщенному представителю Украины [Магун, Руднев, 2007].



Рис. 4. Средние значения ценностных индексов «Открытость изменениям — Сохранение» и «Забота о людях и природе — Самоутверждение» в 32 европейских странах

Вертикальной рамкой обведены страны, которые статистически значимо не отличаются от России по оси «Открытость изменениям — Сохранение», горизонтальной — страны, которые статистически значимо не отличаются от России по оси «Забота о людях и природе — Самоутверждение».

Тезис о том, что Россия подчиняется общим с другими странами закономерностям, не означает, что имеющиеся трудности и проблемы (тоже в значительной мере общие для нас и близких к нам по уровню развития стран) не должны вызывать критического отношения и стремления их разрешить. Так, в данном случае результаты нашего исследования показывают, что серьезная озабоченность низким уровнем альтруистических, солидаристских ценностей в российском обществе и, наоборот, гипертрофированностью индивиду-

алистических ориентаций, звучащая сегодня со стороны публицистов, ученых и общественных деятелей, вполне обоснованна<sup>13</sup>.

Отказ от коммунистической идеологии и формирование институтов рыночной экономики привели в нашей стране к смене моральных приоритетов: следование личному интересу и участие в конкуренции перешли из разряда осуждаемых в категорию одобряемых ценностей, а забота о благе окружающих, наоборот, потеряла былой нравственный ореол [Магун, 1994]. Но, как видно из приведенных выше данных, в большинстве капиталистических стран Европы рыночная организация экономики и некоммунистический характер идеологии вполне уживаются с более сильной (а часто — с гораздо более сильной), чем в России, приверженностью населения альтруистическим ценностям. Значит, и у нас установившийся ныне баланс между ценностями конкурентного индивидуализма и солидарности вполне может быть смещен в сторону солидарности — при условии, что общество приложит для этого адекватные усилия.

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, эти сходства станут еще заметнее при переходе от агрегированного (странового) анализа данных к анализу на уровне отдельных индивидов и их групп.

### «Деконструкция стран», или сравнение стран с учетом их внутренней ценностной неоднородности

В каждой стране живут разные люди, отличающиеся друг от друга по своим ценностям. На рис. 5 приведены для иллюстрации стан-

<sup>13</sup> Важно подчеркнуть, что речь идет о крайне сильной выраженности не всех индивидуалистических ценностей, а только ценностей *Самоутверждения*, которые наиболее прямо связаны с конкуренцией между людьми («игрой с нулевой суммой») и потому наиболее явно противостоят ценностям *Заботы о людях и природе*. Другие индивидуалистические ценности — *Гедонизм* и *Самостоятельность* — наоборот, как показано выше, выражены у россиян пока слабее, чем у большинства других европейцев.

дартные отклонения внутристрановых ценностных распределений, эти отклонения и являются показателями внутристранового ценностного разнообразия. (Из рисунка видно, в частности, что по своей приверженности ценностям «Открытости изменениям — Сохранения», в сравнении со всеми остальными европейскими странами, кроме Украины, население России наиболее неоднородно.)

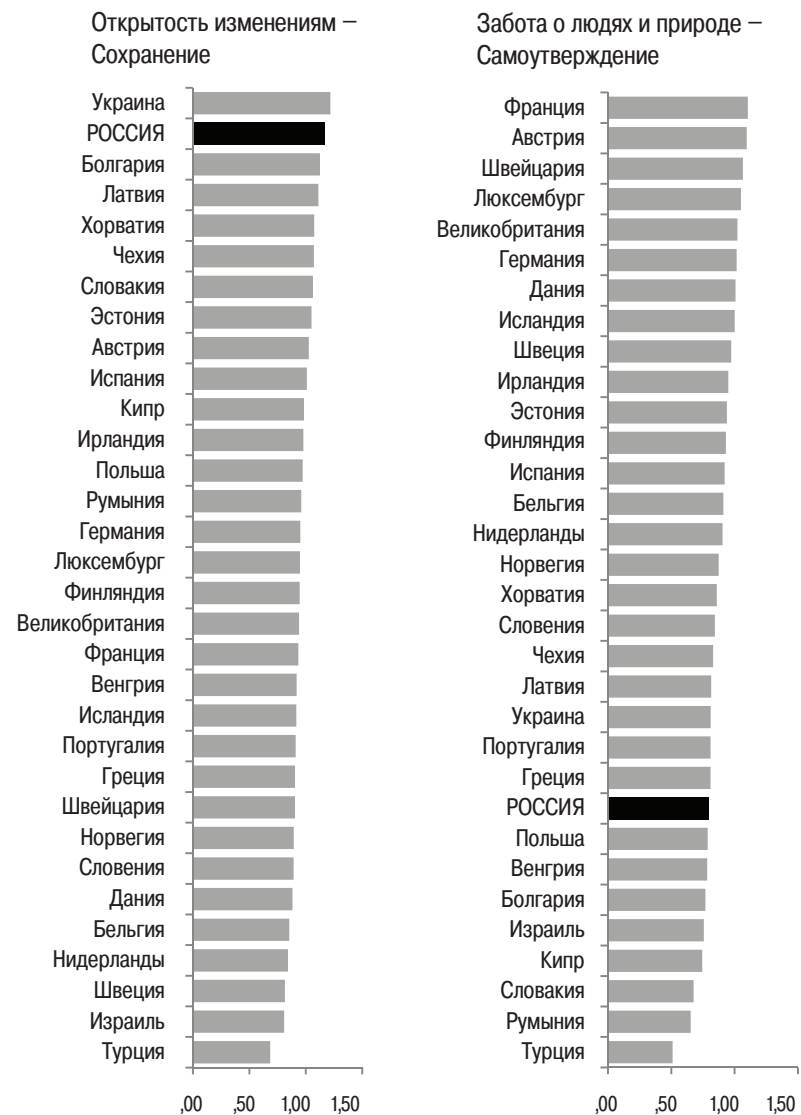
Таким образом, есть явные основания для того, чтобы при анализе ценностей представлять страны не только в виде их средних величин, но и более полно учитывать другие особенности внутристрановых распределений. Чтобы реализовать эту задачу, мы начали с того, что построили сквозную типологию всех участвующих в исследовании респондентов, основанную только на их ценностях (и не учитывающую то, жителями каких стран они являются).

При построении типологии за единицу анализа был взят отдельный респондент, и статистический алгоритм (метод *k*-средних) распределял людей по кластерам (типам) только на основании их ответов на 21 исходный ценностный вопрос (т.е. на основании показателей «первого уровня», которые были предварительно центрированы), безотносительно страны проживания. Пользуясь *gar*-статистикой для определения числа кластеров [Tibshirani, Walther, Hastie, 2001], мы остановились на типологии, состоящей из четырех кластеров. Всего в анализе участвовало 59885 респондентов; в кластере I оказалось 9649 (16%), в кластере II — 21963 (37%), в кластере III — 14593 (24%) и в кластере IV — 13680 (23%) респондентов<sup>14</sup>.

На рис. 6 показано расположение четырех кластеров в пространстве ценностных факторов (осей) — «Открытость изменениям — Сохранение» и «Забота о людях и природе — Самоутверждение». Как видно из рисунка, респонденты, составляющие *кластер I*, характеризуются самыми низкими значениями по горизонтальной оси и почти самыми низкими — по вертикальной, т.е. у них в большей степени, чем у представителей трех других типов, выражены ценности *Открытости изменениям* (в ущерб ценностям *Сохранения*) и весьма сильно (средневысоко) выражены ценности *Заботы* (в ущерб ценностям *Са-*

<sup>14</sup> Как показывают результаты применения метода *k*-средних, существует два варианта разделения респондентов, образующих наш массив, на четыре типа (кластера). Эти варианты не слишком сильно отличаются друг от друга, но мы выбрали ту классификацию, при которой членство в том или ином кластере более тесно связано с другими существенными характеристиками респондентов.





**Рис. 5.** Стандартные отклонения как показатели внутристрановой дифференциации индивидов по ценностным факторам «Открытость изменениям – Сохранение» и «Забота о людях и природе – Самоутверждение»

моутверждения). Респонденты, вошедшие в *кластер II*, характеризуются срединным положением по оси «Открытость – Сохранение» и самым высоким положением по оси «Забота о людях и природе – Самоутверждение» (что указывает на очень сильную приверженность ценностям *Самоутверждения*). *Кластер III* на рисунке располагается почти напротив второго кластера, входящие в него респонденты характеризуются тоже срединным положением по оси *Открытость – Сохранение* (чуть более сдвинутым в сторону *Сохранения*, чем контингент второго кластера) и крайне выраженной ориентацией на ценности *Заботы* (в ущерб ценностям *Самоутверждения*). *Кластер IV* на рисунке располагается по диагонали от кластера I и характеризуется крайне высокой значимостью ценностей *Сохранения* (в ущерб *Открытости изменениям*), а также средневысокой значимостью ценностей *Самоутверждения* (в ущерб ценностям *Заботы*). Таким образом, получилось, что четыре кластера располагаются в вершинах ромба: у каждого кластера один из двух ценностных факторов выражен в крайней (в наибольшей или наименьшей по сравнению с другими кластерами) степени, а другой фактор выражен у двух кластеров в средней степени (это «Открытость изменениям – Сохранение»), а у двух других – в средненизкой или средневысокой степени (это «Забота о людях и природе – Самоутверждение»). Диагонали ромба приблизительно соответствуют направлению двух ценностных осей, причем более длинная диагональ вытянута вдоль оси «Открытость – Сохранение».

Как отмечалось ранее, при распределении респондентов по кластерам учитывались только их ответы на 21 ценностный вопрос анкеты, а страновая принадлежность во внимание не принималась. Но в том, как жители различных стран распределились по кластерам, прослеживаются *определенные закономерности*. Из рис. 7, где приведены доли населения каждой страны, оказавшиеся в том или ином кластере, видно, что *в каждой из 32 стран есть представители всех четырех ценностных типов*, межстрановые же ценностные различия возникают за счет того, что в разных странах население распределено между этими типами неодинаково.

*В каждом из четырех ценностных кластеров (типов) есть представители всех стран. Причем в каждом кластере есть страны-лидеры и страны-аутсайдеры, т.е. такие, которые «вносят» в состав данного кластера, соответственно, наибольшую или наименьшую (в сравнении с другими странами) долю своего населения.*



В *кластере I*, члены которого, напомним, в среднем, характеризуются крайне высокой ценностью *Открытости* и средневысокой ценностью *Заботы о людях и природе* лидируют Австрия, Исландия, Швейцария и Дания — они «вносят» в состав кластера не менее четверти своего населения, а наименьший вклад вносят постсоциалистические (Румыния, Словакия и Польша) и средиземноморские (Турция, Португалия и Испания) страны, взнос каждой из них не превышает 10% ее населения. В целом в данном кластере оказалось 16% всей выборки, он по численности наименьший среди четырех<sup>15</sup>. В *кластере II*, участники которого, напомним, занимают срединное положение по оси «*Открытость — Сохранение*» и у которых крайне высока ценность «*Самоутверждения*», лидируют средиземноморские — Турция, Израиль, Греция, Португалия, а также постсоциалистические страны — Румыния, Словакия и Россия (каждая из них «вносит» в состав кластера от примерно половины до трех четвертей своего населения!), а наименьший вклад (не более одной пятой своей численности) вносят Скандинавские и западноевропейские страны — Исландия, Финляндия, Франция и Швейцария (в целом данный кластер самый большой, в нем оказалось 37% всей выборки). Респонденты, принадлежащие к *кластеру III*, как было сказано, характеризуются срединным положением по оси «*Открытость — Сохранение*» и крайне высокой ценностью «*Заботы*». Лидируют в нем Франция, Швеция, Швейцария и Исландия («вносят» от 41 до 55% своего населения), а наименьший вклад снова вносят четыре постсоциалистических (Румыния, Россия, Словакия и Украина) и одна средиземноморская страна (Турция), вклад каждой из них — не более 8% населения, и их список частично совпадает со списком аутсайдеров первого кластера. Этот кластер средний по численности, в нем оказалось около четверти всей выборки. Примерно таков же по размеру и *кластер IV*, в котором оказались респонденты, характеризующиеся крайне высокой ценностью «*Сохранения*» и средневысокой ценностью «*Самоутверждения*». Лидируют в нем четыре постсоциалистических страны — Польша, Словакия, Украина и Болгария, и одна средиземноморская — Испания. Эти страны «вносят» в состав кластера 35–

<sup>15</sup> В этом и во всех остальных кластерах доли стран-лидеров статистически значимо отличаются от долей стран-аутсайдеров (при  $p < 0,05$  или при более строгом уровне значимости).

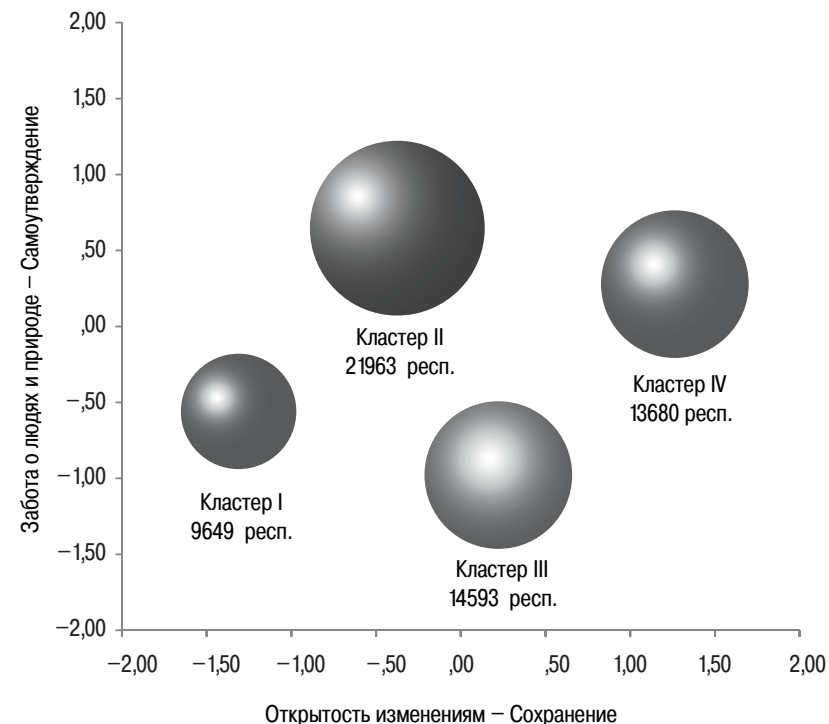


Рис. 6. Ценностные типы (кластеры) жителей 32 европейских стран в пространстве двух ценностных факторов

Кластеры построены на основе ответов респондентов на исходные вопросы анкеты, т.е. на основе ценностей «первого уровня». Положение кластера определяется средними оценками входящих в него респондентов по двум ценностным факторам; размер «пузырьков» пропорционален количеству респондентов в кластере; в кластерный анализ не включались респонденты с большим числом неотвеченных — те, кто не ответил более, чем на половину вопросов.

38% своего населения. Наименее представлены Скандинавские (Швеция, Исландия, Дания) и западноевропейские (Австрия, Франция, Нидерланды) страны, вклад каждой — от 11 до 13% населения.

Итак, в составе каждого кластера представлены жители всех стран, но представлены неравномерно: одни «вносят» в состав кластера очень заметную долю своего населения, а другие — совсем небольшую.

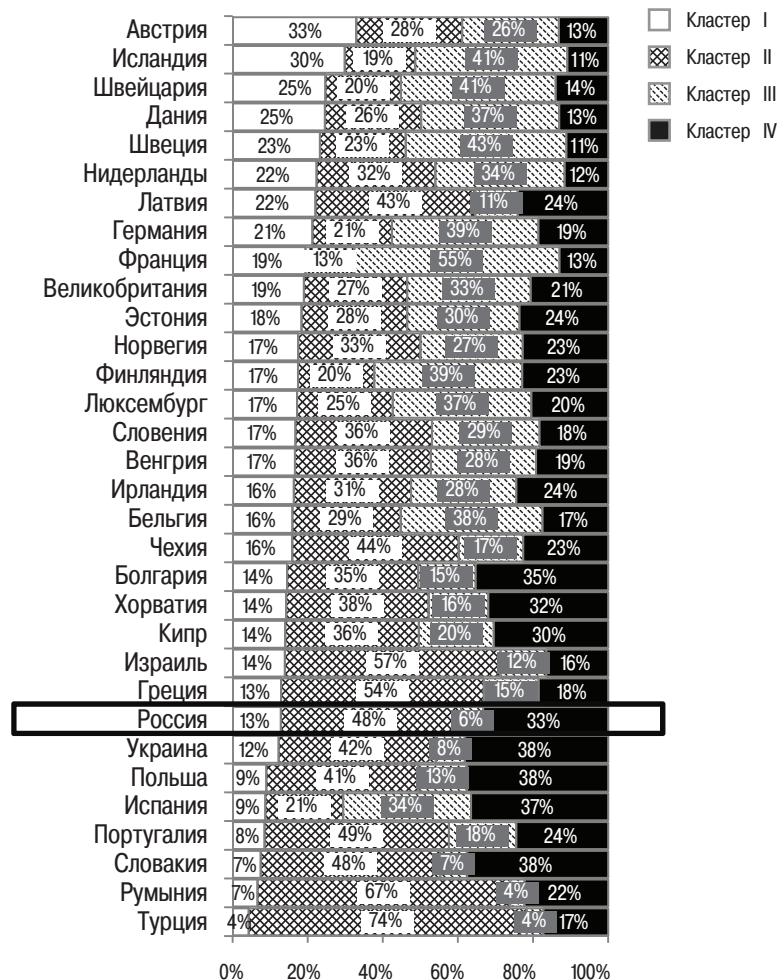


Рис. 7. Распределение населения 32 европейских стран по ценностным кластерам, % по строке

**Кластер I:** крайне высокая ценность *Открытости* и средневысокая ценность *Заботы о людях и природе*; **Кластер II:** крайне высокая ценность *Самоутверждения* и срединное положение по ценностной оси *Открытость – Сохранение*; **Кластер III:** крайне высокая ценность *Заботы о людях и природе* и срединное положение по ценностной оси *Открытость – Сохранение*; **Кластер IV:** крайне высокая ценность *Сохранения* и средневысокая ценность *Самоутверждения*.

Примечательно, что полярными по величине этих вкладов в каждом кластере оказываются всякий раз одни и те же категории стран, а именно – постсоциалистические и средиземноморские, с одной стороны, и Скандинавские и западноевропейские – с другой, причем представители каждой из этих категорий поочередно выступают то в роли лидера, то в роли аутсайдера. С учетом этого обстоятельства мы приводим на рис. 8 распределения по ценностным типам, характерные не для отдельных европейских стран, а для их укрупненных групп – для группы Скандинавских, западноевропейских, средиземноморских стран и постсоциалистических стран Центральной и Восточной Европы (без России). Эта укрупненная картина подтверждает вывод о странах-лидерах и странах-аутсайдерах каждого кластера, к которым мы пришли при анализе распределений по отдельным странам.

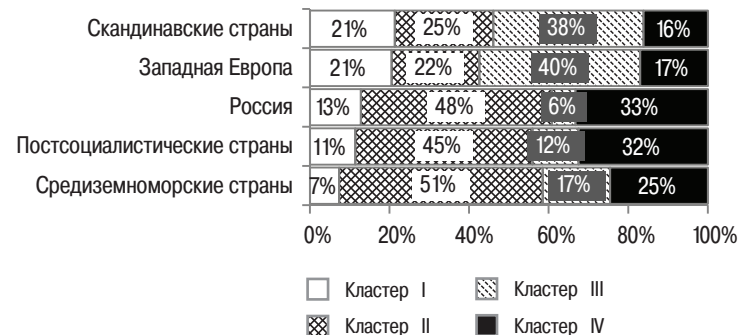


Рис. 8. Распределение населения России и четырех групп европейских стран по ценностным кластерам

Подобно тому, как внутри каждого кластера неравномерно представлены доли разных стран (ср. строки внутри столбцов на рис. 7), каждая страна неравномерно «вкладывается» в разные кластеры (ср. столбцы внутри строк на рис. 7). Примечательно, что особенно резко эта неравномерность вкладов в разные кластеры выражена как раз у постсоциалистических и средиземноморских стран: у каждой из них есть два крупных вклада (в большинстве случаев – во второй и четвертый кластеры) и два – заметно меньших по величине (как правило, в первый и третий кластеры).

Подобная неравномерность характерна и для России. Большинство (81%) россиян попадают во второй (48%) и четвертый (33%) кластеры, в которых лидируют постсоциалистические и средиземноморские страны, но в то же время в России есть и меньшинство. Оно хотя и разделяет ценности для россиян нетипичные, все же весьма значительно по численности: каждый восьмой россиянин (13% российской выборки) входит в первый ценностный кластер и еще 6% – в третий, в обоих этих кластерах тон задают представители наиболее развитых европейских стран – Скандинавских и западноевропейских.

Напомним, что если смотреть на средние показатели российского населения в целом, без деления на кластеры, то оно, в сравнении с населением других стран, характеризуется срединным положением по оси «Открытость изменениям – Сохранение» и крайне высокими значениями по оси «Забота о людях и природе – Самоутверждение» (см. рис. 4). Именно такое сочетание ценностей характерно для второго кластера, куда как раз и попадает самая большая часть (почти половина) россиян – эти люди воплощают то, что можно было бы назвать сегодняшней российской модальной личностью. Еще около трети (33%) россиян (их условно можно назвать «вторым большинством») вошли в четвертый кластер и характеризуются крайне высокой выраженностью ценностей «Сохранения» и средневысокой выраженностью «Самоутверждения». Таким образом, *российское большинство принадлежит к тем ценностным типам, которые отличаются более сильными, чем представители других ценностных кластеров, ориентациями на ценности «Самоутверждения» (в ущерб ценностям «Заботы о людях и природе»). На оси «Открытость изменениям – Сохранение» одна часть этого большинства характеризуется срединным положением, а другая – крайне сильной выраженностью ценностей «Сохранения» (в ущерб «Открытости изменениям»). Что определенно не характерно для этого большинства, так это опережение представителей других ценностных типов по ориентации на ценности «Заботы» и «Открытости изменениям».*

Но именно эти ценности характерны для двух других «фракций» российского общества – «меньшинств», оказавшихся в составе первого и третьего кластеров. Так, 13% россиян, оказавшихся в составе первого кластера, характеризуются самой высокой, в сравнении с другими ценностными типами, ориентацией на «Открытость изме-

нениям» (в ущерб «Сохранению») и средневысокой ориентацией на «Заботу» (в ущерб «Самоутверждению») <sup>16</sup>. И еще для 6% россиян, оказавшихся в составе третьего кластера, характерно обратное сочетание – срединное положение на оси «Открытость – Сохранение» и крайне высокая, в сравнении с другими ценностными типами, ценность «Заботы о людях и природе».

Таким образом, благодаря переходу со странового уровня анализа на индивидуальный и построению классификации отдельных респондентов, удалось, во-первых, расщепить образ «среднего россиянина» и показать, что в составе *российского большинства* имеется два ценностных подтипа. И во-вторых, удалось обнаружить две группы *ценностных меньшинств*, которые радикально отличаются по своим ценностям от доминирующих в России ценностных типов, но к которым, тем не менее, принадлежит каждый пятый россиянин <sup>17</sup>.

За счет того, что *одни и те же ценностные типы представлены во всех европейских странах*, Россия обладает некоторой общностью с каждой из них. Российские ценностные меньшинства, например, оказываются по своим предпочтениям более сходными с ценностным большинством в таких странах, как Франция, Швейцария, Швеция, чем со своими согражданами из ценностного большинства. В свою

---

<sup>16</sup> Эта характеристика первого кластера ярко выражается в его ценностном профиле, который резко отличается от профилей других кластеров и российского населения в целом. Достаточно сказать, что у россиян, вошедших в этот кластер, первое место занимает *Самостоятельность*, далее идет *Гедонизм*, третье-четвертое места делят *Забота и Риск-Новизна*. *Безопасность* же оказалась в нижней половине иерархии, где также находятся *Самоутверждение* и *Конформность-Традиция*. В общероссийской выборке иерархия ценностей была совершенно иной: первое место занимала именно *Безопасность*, *Самостоятельность* располагалась только на третьем месте, а *Гедонизм* и *Риск-Новизна* и вовсе «довольствовались» двумя последними местами в иерархии.

<sup>17</sup> Есть некоторые социально-демографические особенности этого ценностного меньшинства россиян. В целом это более активная и модернизированная часть населения. В первом и третьем кластерах больше мужчин, чем во втором и четвертом (47% против 35%, различия значимы при  $p < 0,05$ ), оказавшиеся в них россияне более молоды (40% из них младше 30 лет, тогда как среди членов второго и четвертого кластеров таковых всего 10%). Также можно отметить, что среди респондентов из второго и четвертого кластеров значимо большая доля постоянно проживает в сельской местности, чем среди респондентов из первого и третьего кластеров (27% против 19%). Представители ценностного меньшинства также отличаются более высоким уровнем образования, среди них 28% обладает высшим образованием, тогда как среди представителей большинства эта доля составляет 18%.

очередь, в упомянутых странах есть группы населения, более близкие по своим ценностям к российскому ценностному большинству, чем к своим придерживающимся иных убеждений соотечественникам.

### **«Очищенные» межстрановые сравнения ценностей: результаты множественного регрессионного анализа**

На основе предыдущих сравнительных исследований [Магун, 1995] мы предполагаем, что в детерминации рассмотренных выше сходств и различий между средними значениями ценностей в России и других странах участвуют две различные группы факторов. Одна из них относится к таким свойствам стран (например, к особенностям их экономики или культуры), которые универсально и примерно в равной степени сказываются на ценностях каждого их жителя. Другая же группа факторов связана с межстрановыми различиями населения по индивидуальным свойствам, влияющим на ценности (например, с тем, что в одной стране население старше, а в другой — моложе). Регрессионный анализ, к описанию которого мы переходим, позволяет выяснить, каковы будут собственно страновые влияния на ценности при «устранении» влияния со стороны межиндивидуальных различий (как меж-, так и внутривосточных). Кроме того, регрессионный анализ позволит выявить, как соотносятся по силе эти две группы влияний и различается ли конфигурация этих влияний для разных ценностей.

В табл. 3 приведены коэффициенты уравнений линейной регрессии, в которых в качестве зависимых переменных используются два наиболее интегральных ценностных показателя — факторные оси «Открытость изменениям — Сохранение» и «Забота о людях и природе — Самоутверждение». В качестве независимых переменных в регрессии включена страновая принадлежность респондентов — это та детерминанта ценностей, которая находится в центре нашего внимания в данной статье. Кроме того, в качестве контрольных переменных в регрессии включены также пол, возраст, характеристики родительской семьи (имел ли кто-либо из родителей респондента высшее образование? когда респонденту было 14 лет, были ли у него отец и мать? когда респонденту было 14 лет, имел ли кто-либо из его роди-

телей подчиненных? был ли кто-либо из родителей иммигрантом?) Все эти характеристики могут влиять на ценности респондента, но обратное влияние на них со стороны ценностей невозможно, т.е. эти переменные являются экзогенными<sup>18</sup>.

Для каждой зависимой переменной было построено два варианта регрессионных уравнений, и в табл. 3 приводятся коэффициенты каждого из них. В первом — основном — варианте в качестве независимых переменных выступают отдельные страны, а во втором — вместо отдельных стран используются их категории. Показатели качества модели ( $R^2$ ) колеблются в диапазоне от 0,16 до 0,25.

Поскольку цель регрессионного анализа состояла в том, чтобы сравнить Россию с другими странами, то при оценке влияния *страновой принадлежности* в качестве контрольной группы было выбрано проживание респондента в России. Благодаря этому коэффициенты, характеризующие влияние различных стран, указывают на то, каким образом на ценностях человека сказывается его проживание в той или иной стране *по сравнению* с проживанием в России.

Из табл. 3 видно, что *различия между Россией и остальными странами (или категориями стран) статистически значимо сказываются на индивидуальных значениях респондентов по обеим ценностным осям*. Большинство регрессионных коэффициентов, указывающих на влияние страны проживания, статистически значимы. Это означает, что *описанные выше ценностные отличия России от других стран после «выравнивания» социально-демографического состава сопоставляемых стран не исчезают, т.е. они не сводятся к различиям в составе населения*.

Когда анализировались «неочищенные» влияния на средние показатели стран по ценностным осям (см. выше, рис. 4), то жители России не имели статистически значимых различий с жителями тех или иных стран в 16 случаях, а по результатам регрессионного анализа (при данном наборе независимых переменных) подобных случаев только шесть. Таким образом, при контроле возраста, пола и характеристик родительской семьи значимых отличий российских ценно-

<sup>18</sup> Есть еще группа параметров — уровень образования респондента, тип поселения (городское/сельское), в котором он проживает, характеристика его профессионально-должностного положения, — которые тоже могут выступать причинами, влияющими на выраженность ценностей. Но по отношению к ним (пусть и с меньшей вероятностью) ценности и сами могут выступать в роли причин, и поэтому на данном этапе мы не включили эти параметры в регрессионный анализ.



стей от ценностей других европейцев стало не меньше, а, наоборот, больше. (На рис. 9 приведены страновые регрессионные коэффициенты, содержащиеся в табл. 3 и свидетельствующие о величине и значимости «очищенных» ценностных отличий России от других стран. Обратим внимание, что и по регрессионным коэффициентам межстрановой разброс европейских стран по *Открытости – Сохранению* меньше, чем по *Заботе – Самоутверждению*).

Значимые коэффициенты регрессии свидетельствуют, что Россия характеризуется более высокими значениями по оси «*Открытость изменениям – Сохранение*», т.е. *более сильной выраженностью ориентации на Сохранение и более слабой выраженностью Открытости* в сравнении с большинством стран (сейчас таких стран 22, а по «неочищенным» сравнениям их было только 13). Незначимые отличия по этому параметру, судя по регрессии, остались у России только с пятью странами – в «неочищенных» сравнениях их было 13. А в сравнении еще с четырьмя странами (Польшей, Словакией, Кипром и Испанией) Россия характеризуется меньшей ориентацией на *Сохранение*, как это было и при «неочищенных» сравнениях (до «очистки» в эту группу стран входила еще и Болгария).

Таким образом, контроль социально-демографических переменных, осуществленный с помощью регрессионного анализа, показал, что при выравнивании по характеристикам состава населения отличия России от других стран по ценностям «*Открытости изменениям – Сохранения*» становятся более многочисленными. Значит, отличия в составе населения между Россией и другими странами *умеряют* свойственную ей более сильную ориентацию на ценности *Сохранения*, которая обнаруживается у россиян при контроле этих отличий с помощью регрессионного анализа.

Наиболее известное из российских отличий – большая молодость российского населения [Население..., 2008, с. 51–58]. Поэтому, когда возраст не контролируется, общероссийская средняя «сдвигается» в сторону характерной для молодежи большей *Открытости изменениям*, уменьшая ценностную дистанцию между Россией и другими европейскими странами. Различия между результатами «очищенных» и «неочищенных» сравнений наиболее заметны применительно к фактору «*Открытости – Сохранения*» именно потому, что он наиболее тесно связан с возрастом респондентов.

Сравнительная молодость страны (как и молодость отдельного человека) – это такая особенность, которая, к сожалению, со временем

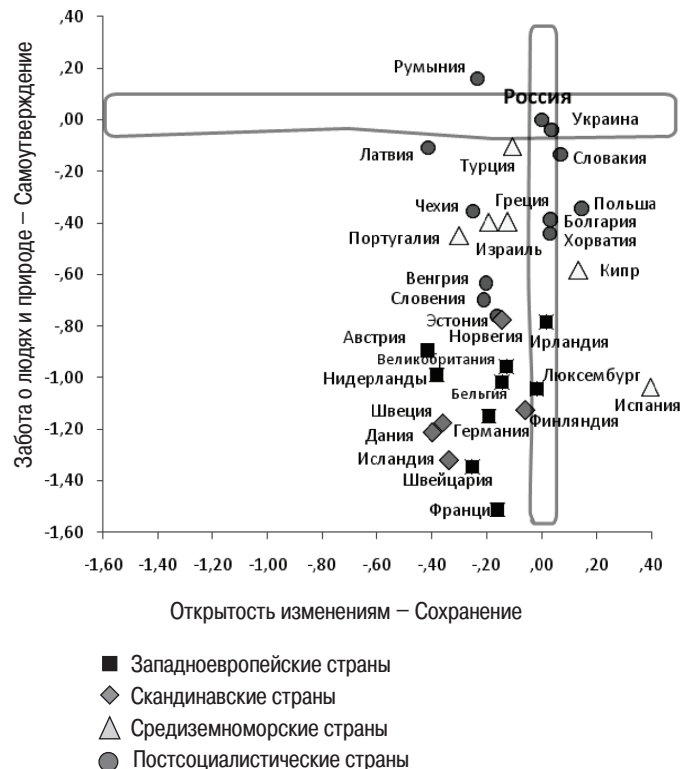
проходит. И поэтому «чистые» различия между Россией и другими странами по оси «*Открытость изменениям – Сохранение*» показывают, что если не будут предприняты специальные меры, направленные на развитие ценностей *Открытости*, то со временем общероссийские средние значения будут сдвигаться в сторону ценностей *Сохранения*. (Соответственно, положение России на карте, представленной на рис. 4, будет по горизонтальной координате постепенно приближаться к ее положению на карте, представленной на рис. 9).

В отношении ценностной оси «*Забота о людях и природе – Самоутверждение*» контроль социально-демографических переменных, осуществленный с помощью регрессионного анализа, мало изменил картину, выявленную при сопоставлении страновых средних: регрессионные коэффициенты указывают на то, что по сравнению почти со всеми странами Россия характеризуется более высокими значениями по этой оси, т.е. *более сильной выраженностью Самоутверждения* и *более слабой выраженностью Заботы* (сейчас таких стран 30, по «неочищенным» сравнениям их было чуть меньше – 27).

Обращение ко второму варианту регрессий, где фигурируют не отдельные страны, а их категории, позволяет представить своеобразие России более компактно (табл. 3). По итогам этих сравнений *россияне во всех случаях оказываются более привержены ценностям Сохранения (в ущерб Открытости изменениям) и ценностям Самоутверждения (в ущерб Заботе о людях и природе)*. Население России статистически значимо отличается по своим базовым ценностям от жителей всех четырех страновых групп, но регрессионные коэффициенты для разных страновых групп неодинаковы. По *Сохранению* россияне наиболее сильно опережают жителей Скандинавских и западноевропейских стран, а самыми близкими к россиянам по этому ценностному параметру оказываются представители средиземноморских стран (хотя и их тоже россияне значимо опережают). По *Самоутверждению* россияне тоже сильнее всего опережают скандинавов и западноевропейцев, заметно меньше – население средиземноморских стран, а наиболее близки к россиянам – жители центрально- и восточноевропейских постсоциалистических стран (хотя даже по сравнению с ними россияне сильнее ориентированы на ценности *Самоутверждения*). Обратим внимание, что регрессионные уравнения с участием страновых категорий подтверждают высказанные в начале статьи предположения, что Россия окажется ближе по своим



ценностям к постсоциалистическим и средиземноморским странам, с которыми она близка по новейшему историческому опыту и/или уровню экономического развития.



**Рис. 9.** Регрессионные коэффициенты, характеризующие «очищенные» отличия России от других европейских стран по ценностным факторам «Открытость изменениям – Сохранение» и «Забота о людях и природе – Самоутверждение»

Регрессионные коэффициенты взяты из табл. 3. Вертикальной рамкой обведены страны, которые имеют статистически незначимые коэффициенты в модели, описывающей ценностный фактор «Открытость изменениям – Сохранение», горизонтальной – статистически незначимые коэффициенты в модели, описывающей ценностный фактор «Забота о людях и природе – Самоутверждение».

Объединение в одном анализе *страновых и социально-демографических переменных* позволило также сделать вывод о соотношении

влияний этих двух групп переменных на базовые ценности. Как видно из приведенных в табл. 3 показателей  $R^2$ , суммарная сила влияния всех включенных в регрессию независимых переменных на оба ценностных фактора не слишком различается. Но *соотношение* влияний разных причин резко различается в зависимости от того, о каком ценностном факторе идет речь<sup>19</sup>.

Применительно к положению на ценностной оси *Открытость изменениям – Сохранение* самой сильной детерминантой оказывается возраст респондентов, а их страновая принадлежность (к России ЛИБО к какой-то другой стране) влияет в меньшей степени. Средний коэффициент влияния возраста на показатель *Открытость изменениям – Сохранение* равен 0,73, коэффициент влияния пола равен 0,27, а средний по абсолютной величине коэффициент страновых влияний равен 0,20. Что же касается положения на ценностной оси «*Забота о людях и природе – Самоутверждение*», то в этом случае, наоборот, страновая принадлежность респондента влияет заметно сильнее, чем возраст (а также пол и характеристики родительской семьи). Средний (по абсолютной величине) коэффициент при показателях возраста равен 0,04, коэффициент при показателе пола – -0,17, а средняя (по модулю) величина коэффициента регрессии при страновых показателях равняется 0,72. Таким образом, если опираться на имеющиеся в нашем распоряжении независимые переменные, для предсказания ценностной ориентации индивида по параметру «*Открытость – Сохранение*» важнее всего знать его возраст, а для предсказания его ориентации по параметру «*Забота о людях и природе – Самоутверждение*» важнее всего знать, в какой стране он живет.

Завершая анализ регрессионных уравнений, кратко опишем статистически значимые зависимости между социально-демографическими характеристиками и базовыми ценностями. Регрессионные коэффициенты свидетельствуют, что у женщин более сильно, чем у мужчин, выражены ценности *Сохранения* и *Заботы о людях и природе*. Значимы и влияния характеристик родительской семьи: отсутствие отца в подростковом возрасте повышает значимость для человека *Заботы о людях и природе*, наличие у родителей респондента выше-

<sup>19</sup> Поскольку все независимые переменные, включенные в регрессии, выражены в одних и тех же бинарных шкалах, то на основе этих регрессий можно не только оценивать значимость влияний и их знаки, но и сравнивать данные влияния по силе.

го образования влияет на величину обоих ценностных индексов, повышая значимость *Открытости изменениям* (в ущерб *Сохранению*) и *Заботы* (в ущерб *Самоутверждению*). Точно также влияет и руководящий статус родителей в период социализации респондента, а наличие родителей-иммигрантов повышает значимость противоположных по смыслу ценностей — *Сохранения* и *Самоутверждения*.

Специально остановимся на влиянии возраста. В отношении *Открытости — Сохранения* эти влияния, как уже отмечалось, очень сильны и однонаправлены: каждая возрастная группа, которой старше 20 лет, характеризуется большей приверженностью ценностям *Сохранения* (в ущерб *Открытости изменениям*) по сравнению с самой младшей группой 14–20-летних. Поскольку величины регрессионных коэффициентов с возрастом неуклонно растут, то это значит, что имеет место линейная зависимость между возрастом респондента и значениями данного ценностного фактора. Более сложно обстоит дело с влиянием возраста на выраженность *Заботы — Самоутверждения*. Как отмечалось ранее, это влияние очень невелико, но все же несколько коэффициентов статистически значимы. Они указывают на то, что в возрасте 46–55 лет растет (в сравнении с молодежью) приверженность ценностям *Заботы* (в ущерб *Самоутверждению*), а у самых пожилых респондентов (от 66 лет и старше) происходит сдвиг в противоположную сторону — к ценностям *Самоутверждения*. Фактически это означает, что имеет место пусть слабо выраженная, но криволинейная зависимость, при которой европейцы, находящиеся на пятом десятке своей жизни, отличаются большей приверженностью ценностям *Заботы* — по сравнению как с самыми молодыми, так и с самыми старыми жителями Европы. Причины и механизмы этой зависимости требуют специального изучения. Здесь только можно заметить, что подобные ценностные различия вполне согласуются с общим институциональным устройством современной жизни, где на зрелые возрастные группы возлагается большая ответственность за общественное благо, нежели на молодежь и людей преклонного возраста.

Итак, регрессионный анализ подтвердил влияние страновой принадлежности человека на его ценности, которое сохраняется — или даже усиливается — и после того, как контролируется влияние социально-демографического состава страны. Задача дальнейшей работы в данном направлении — выяснить, какие именно характеристики стран влияют на рассматриваемые ценности.

Имеющиеся исследования, в частности работы Р. Инглхарта и его коллег [Inglehart, Baker, 2000], показывают что одной из ключевых детерминант ценностей на страновом уровне является уровень экономического развития. Продолжая эту линию анализа, мы сопоставили страновые средние по двум ценностным факторам с ключевым показателем экономического развития — уровнем валового национального дохода (ВНД) на душу населения<sup>20</sup>.

Как видно из рис. 10 и 11, средние страновые значения ценностей *Открытости изменениям — Сохранения* с уровнем среднедушевого ВНД связаны слабо (коэффициент корреляции равен  $-0,34$ ,  $R^2 = 0,12$ ), а выраженность ценностей *Самоутверждения* (в ущерб ценностям *Заботы о людях и природе*) с ростом уровня ВНД очень явно снижается (коэффициент корреляции равен  $-0,86$ ,  $R^2 = 0,74$ )<sup>21</sup>. Последнее вполне согласуется с выводами Р. Инглхарта относительно детерминации материалистических и постматериалистических ценностей и, конечно, с идеями А. Маслоу [Maslow, 1970] относительно усиления потребностей более высоких уровней по мере насыщения «физиологических» потребностей и потребностей безопасности<sup>22</sup>.

Рис. 11 наглядно подтверждает приведенный в начале статьи тезис о России как стране, подчиняющейся общим закономерностям (и в этом смысле — «нормальной», обычной стране). Здесь видно, что точка, характеризующая выраженность у среднего россиянина ценностей *Заботы — Самоутверждения*, лежит на линии тренда, характерного для всего множества европейских стран, и указывает что ценности *Заботы — Самоутверждения* в среднем выражены у россиян примерно в той же степени, что и у жителей других стран с близким уровнем среднедушевого ВНД.

<sup>20</sup> Уровень валового национального дохода на душу населения измерен по методу Атласа Всемирного банка, использованы данные за 2008 г. Источник: World Development Indicators Database, <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.CD>

<sup>21</sup> Указаны коэффициенты корреляции без учета аутлайеров — Норвегии и Люксембурга. Если включить и эти две страны, то коэффициенты по абсолютной величине несколько снижаются — до, соответственно,  $-0,14$  и  $-0,72$ .

<sup>22</sup> Различие в связях двух ценностных факторов с ВНД согласуется с описанными выше различиями в их детерминации: раз выраженность ценностного фактора *Открытость — Сохранение* сравнительно мало зависит от страны проживания, то естественно, что она будет и мало связана с конкретными свойствами стран, где живут респонденты (если только эти свойства не связаны с возрастом, сильно влияющим на значения данного фактора).

В то же время данный вывод – не повод отказываться от иных, не связанных с повышением ВНД, способов повлиять на российские ценности в сторону повышения значимости *Заботы о людях и природе*. Даже если считать, что направление связей указано нами верно, и уровень производимого страной богатства, действительно, является причиной, а ценности – следствием, то все равно экономическая детерминация не стопроцентна (коэффициент  $R^2$ , напомним, равняется 0,74), что оставляет достаточно простора для активных действий социальных субъектов: лидеров, готовых утверждать альтруистические ценности личным примером, государственных чиновников, в чьих руках находятся рычаги управления школой, средств массовой информации, представителей гражданского общества и др.

Таблица 3. Коэффициенты линейной регрессии ( $B$ ) для регрессионных уравнений (зависимые переменные – индивидуальные значения респондентов по двум ценностным факторам,  $N = 57501$ )

**Вариант I – с отдельными странами**

Независимые переменные	Зависимая переменная – индивидуальные значения ценностного фактора «Открытость изменениям – Сохранение»; $R^2 = 0,25$	Зависимая переменная – индивидуальные значения ценностного фактора «Забота о людях и природе – Самоутверждение»; $R^2 = 0,22$
<b>Страна проживания</b> (Россия – контрольная группа)		
Австрия	-0,417**	-0,894**
Бельгия	-0,144**	-1,017**
Болгария	0,033	-0,387**
Швейцария	-0,254**	-1,346**
Кипр	0,133**	-0,584**
Чехия	-0,251**	-0,355**
Германия	-0,193**	-1,149**
Дания	-0,399**	-1,213**
Эстония	-0,164**	-0,760**
Испания	0,396**	-1,037**
Финляндия	-0,061*	-1,126**
Франция	-0,162**	-1,512**
Великобритания	-0,128**	-0,956**
Греция	-0,124**	-0,395**
Хорватия	0,030	-0,441**
Венгрия	-0,204**	-0,633**
Ирландия	0,016	-0,784**
Израиль	-0,193**	-0,398**

Независимые переменные	Зависимая переменная – индивидуальные значения ценностного фактора «Открытость изменениям – Сохранение»; $R^2 = 0,25$	Зависимая переменная – индивидуальные значения ценностного фактора «Забота о людях и природе – Самоутверждение»; $R^2 = 0,22$
Исландия	-0,337**	-1,320**
Люксембург	-0,018	-1,043**
Латвия	-0,415**	-0,107**
Нидерланды	-0,383**	-0,989**
Норвегия	-0,145**	-0,775**
Польша	0,144**	-0,343**
Португалия	-0,302**	-0,450**
Румыния	-0,235**	0,160**
Швеция	-0,360**	-1,175**
Словения	-0,212**	-0,697**
Словакия	0,068*	-0,134**
Турция	-0,107**	-0,103**
Украина	0,037	-0,038
<b>Пол респондента – женский</b>	0,275**	-0,173**
<b>Возраст респондента</b> (14–20 лет – контрольная группа)		
21–25 лет	0,108**	-0,030
26–30 лет	0,301**	-0,022
31–35 лет	0,453**	0,001
36–40 лет	0,527**	0,005
41–45 лет	0,630**	-0,006
46–50 лет	0,699**	-0,037*
51–55 лет	0,834**	-0,037*
56–60 лет	0,908**	-0,005
61–65 лет	1,029**	0,016
66–70 лет	1,164**	0,061*
71 год и старше	1,338**	0,186**
<b>Характеристики родительской семьи</b>		
Когда респонденту было 14 лет, ОТЕЦ отсутствовал	0,004	-0,071**
Когда респонденту было 14 лет, МАТЬ отсутствовала	0,020	-0,004
Хотя бы один из родителей имеет высшее образование	-0,192**	-0,126**
Когда респонденту было 14 лет, хотя бы один из родителей имел подчиненных	-0,085**	-0,107**
Хотя бы один из родителей иммигрант	0,041**	0,052**
<b>Константа</b>	0,631**	-0,782**

\* – коэффициент значим при  $p < 0,05$ .

\*\* – коэффициент значим при  $p < 0,001$ .

Вариант II – с категориями стран

Независимые переменные	Зависимая переменная – индивидуальные значения ценностного фактора «Открытость изменениям – Сохранение»; $R^2 = 0,22$	Зависимая переменная – индивидуальные значения ценностного фактора «Забота о людях и природе – Самоутверждение»; $R^2 = 0,16$
<b>Страна проживания</b> (укрупненные категории, Россия – контрольная группа)		
Постсоциалистические страны Центральной и Восточной Европы	-0,113**	-0,305**
Средиземноморские страны	-0,045*	-0,487**
Западноевропейские страны	-0,196**	-1,069**
Скандинавские страны	-0,244**	-1,095**
<b>Пол респондента – женский</b>	0,270**	-0,167**
<b>Возраст респондента</b> (14–20 лет – контрольная группа)		
21–25 лет	0,121**	-0,037*
26–30 лет	0,325**	-0,038*
31–35 лет	0,471**	-0,015
36–40 лет	0,539**	-0,019
41–45 лет	0,635**	-0,025
46–50 лет	0,707**	-0,057*
51–55 лет	0,838**	-0,058*
56–60 лет	0,921**	-0,031
61–65 лет	1,035**	-0,017
66–70 лет	1,168**	0,028
71 год и старше	1,348**	0,125**
<b>Характеристики родительской семьи</b>		
Когда респонденту было 14 лет, ОТЕЦ отсутствовал	-0,010	-0,090**
Когда респонденту было 14 лет, МАТЬ отсутствовала	0,014	-0,003
Хотя бы один из родителей имеет высшее образование	-0,206**	-0,102**
Когда респонденту было 14 лет, хотя бы один из родителей имел подчиненных	-0,080**	-0,129**
Хотя бы один из родителей иммигрант	0,011	0,029*
<b>Константа</b>	0,626**	-0,798**

\* – коэффициент значим при  $p < 0,05$ .

\*\* – коэффициент значим при  $p < 0,001$ .

Заключение

На данных, полученных с помощью методики Ш. Шварца в рамках четвертого раунда Европейского социального исследования, приняты сравнения базовых ценностей российского населения с ценностями населения 31 европейской страны. Используются показатели разных уровней интеграции. На самом элементарном уровне – ответы респондентов на 21 вопрос анкеты (ценности «первого уровня»), которые далее объединяются в 7 ценностных индексов «второго уровня»; на самом высоком (четвертом) уровне интеграции располагаются два факторных индекса, построенные авторами данной статьи посредством факторного анализа ответов респондентов на исходные вопросы анкеты.

1. По результатам сравнений *средних значений* ценностей установлено, что россиянин, в сравнении с жителями других европейских стран, крайне высоко ценит безопасность и защиту со стороны сильного государства, он слабее привержен ценностям новизны, творчества, свободы и самостоятельности, меньше ценит риск, веселье и удовольствия. В отношении значимости перечисленных ценностей средний россиянин похож на средних представителей целого ряда других стран, чаще всего – постсоциалистических и средиземноморских.

В отношении же значимости другой группы ценностей средний россиянин более своеобразен и похож на представителей лишь небольшого числа европейских стран. Речь идет о его сильной приверженности ценностям богатства и власти, а также личного успеха и социального признания. 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, о толерантности, о природе и окружающей среде и даже для внимания к тем, кто его непосредственно окружает.

Сильное стремление к личному успеху и богатству не сочетается в сознании россиян со столь же выраженной готовностью к действиям, выходящим за пределы исполнительской рутины и требующим от них повышенных энергетических и эмоциональных затрат.

2. Чтобы учесть при сравнении стран их внутреннюю ценностную неоднородность, был осуществлен анализ ценностей, при котором исходными объектами сравнения выступали отдельные индивиды и их группы. Классификация всех участвовавших в исследовании рес-

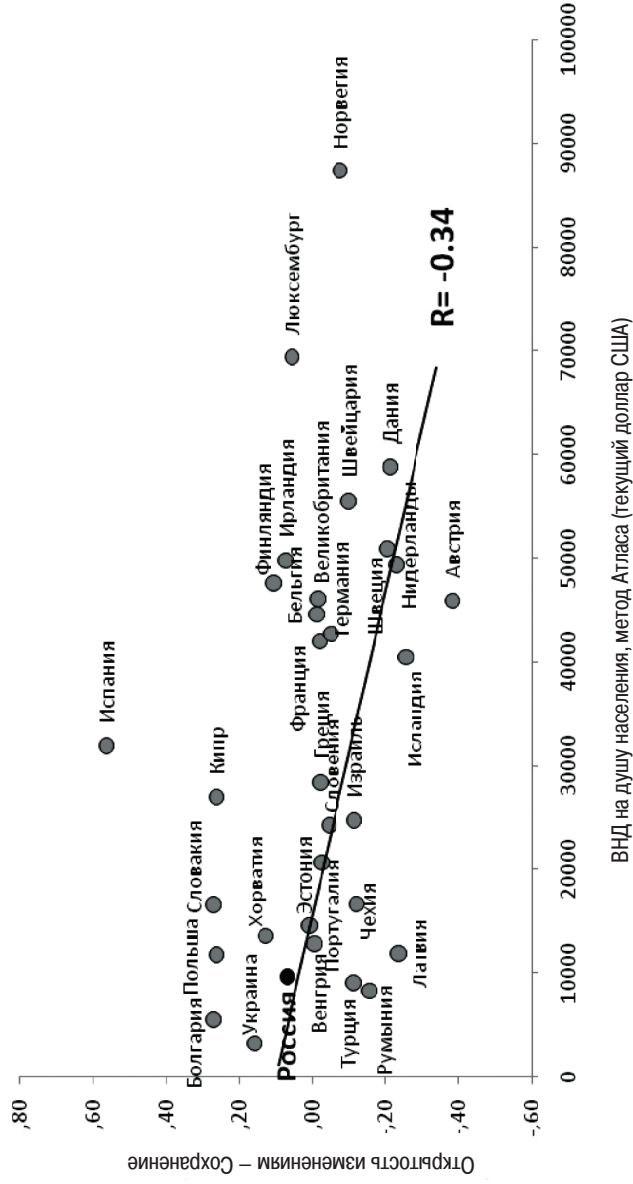


Рис. 10. Взаимосвязь уровня валового национального дохода (ВНД), приходящегося на душу населения, со средними значениями ценностями фактора «Открытость изменениям – Сохранение»

Кэффициент корреляции равен  $-0,34$  (без учета Люксембурга и Норвегии)

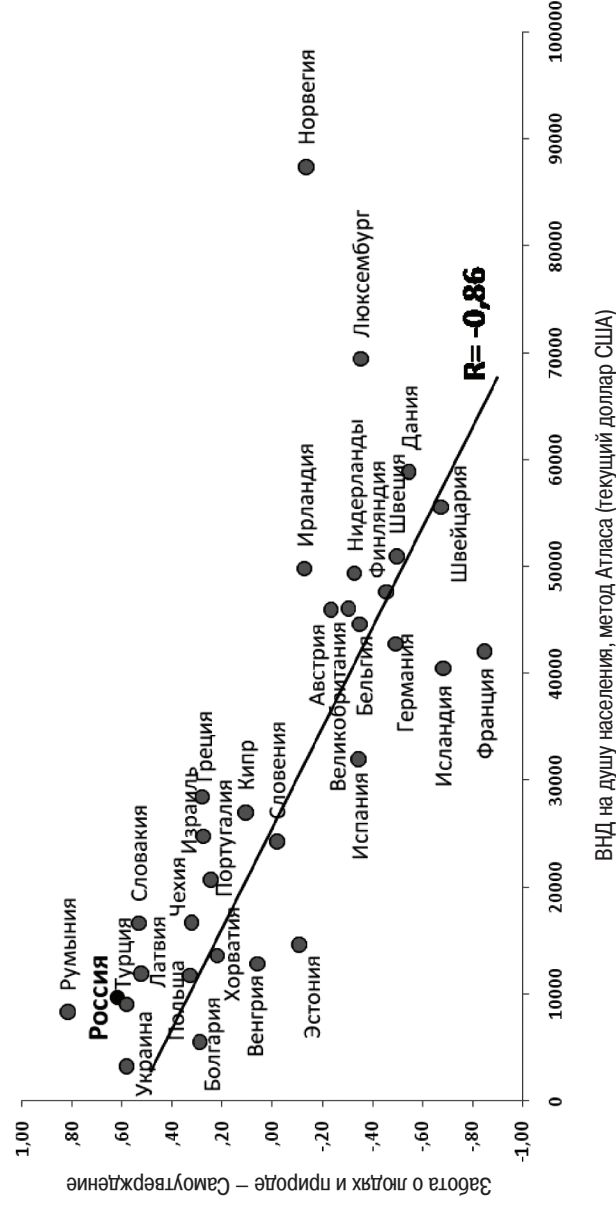


Рис. 11. Взаимосвязь уровня валового национального дохода (ВНД), приходящегося на душу населения, со средними значениями ценностями фактора «Забота о людях и природе – Самотверждение»

Кэффициент корреляции равен  $-0,86$  (без учета Люксембурга и Норвегии).



пондентов, осуществленная только на основе ценностей (и вне зависимости от того, к какой стране они принадлежат), позволила объединить респондентов в четыре кластера, чьи названия отражают их *положение друг относительно друга* в пространстве интегральных ценностных факторов: *кластер I* – крайне высокая выраженность ценностей «Открытости» и средневысокая ценность «Заботы о людях и природе»; *кластер II* – срединное положение по ценностной оси «Открытость – Сохранение» и крайне высокая ценность «Самоутверждения»; *кластер III* – срединное положение по ценностной оси «Открытость – Сохранение» и крайне высокая ценность «Заботы о людях и природе»; *кластер IV* – крайне высокая выраженность ценностей «Сохранения» и средневысокая значимость ценностей «Самоутверждения».

В каждой из 32 стран оказались представители всех четырех ценностных кластеров (типов). Распределение населения между этими типами в разных странах неодинаково. Большинство (81%) россиян попали во второй (48%) и четвертый (33%) кластеры, в которые наибольшую долю своего населения вносят постсоциалистические и средиземноморские страны. Помимо этого, в России существует и значимое ценностное меньшинство, которое разделяет нетипичные для большинства россиян ценности: каждый восьмой россиянин (13% российской выборки) входит в первый ценностный кластер и еще 6% – в третий (респонденты из этих кластеров наиболее представлены в населении двух категорий старых капиталистических стран – Скандинавских и западноевропейских).

Благодаря переходу со странового на индивидуально-групповой уровень анализа и построению классификации респондентов удалось, во-первых, расщепить образ «среднего россиянина» и показать, что в составе *российского большинства* имеется два ценностных подтипа. Во-вторых, удалось обнаружить два *ценностных меньшинства*, которые радикально отличаются по своим ценностям от доминирующих в России ценностных типов, но к которым, тем не менее, принадлежит каждый пятый россиянин.

Российские ценностные меньшинства по своим предпочтениям более сходны с ценностным большинством таких, например, стран, как Франция, Швейцария, Швеция, чем с представителями российского ценностного большинства. В свою очередь, в упомянутых странах есть группы населения, более похожие по своим ценностям на

российское ценностное большинство, чем на своих придерживающихся иных убеждений сограждан.

3. С помощью множественного регрессионного анализа удалось отделить собственно страновые различия ценностных показателей между россиянами и жителями других стран от различий, вызванных особенностями состава населения разных стран.

Благодаря «вынесению за скобки» различий между странами по социально-демографическому составу, различия между средними значениями по оси «Открытость изменениям – Сохранение» усилились. Оказалось, что особенности состава населения (российское население в среднем моложе) умеряют свойственную россиянам сильную ориентацию на ценности «Сохранения», и потому в перспективе, по мере старения российского населения, значимость ценностей «Сохранения» у среднего россиянина (в сравнении с европейцами) будет усиливаться, а значимость «Открытости изменениям» – наоборот, убывать.

4. Установлено также, что две ценностных оси – «Открытость изменениям – Сохранение» и «Забота о людях и природе – Самоутверждение» принципиально различаются по соотношению влияющих на них причин. Страновая принадлежность респондента (к России *либо* к какой-то другой стране) сильно сказывается на его положении на ценностной оси «Забота о людях и природе – Самоутверждение», значительно превосходя влияние возраста и других социально-демографических характеристик. Применительно к значениям по факторной оси «Открытость изменениям – Сохранение» более сильной детерминантой, наоборот, оказывается возраст респондентов, а их страновая принадлежность влияет резко слабее. Таким образом, если оставить в стороне другие показатели, то для предсказания ориентации человека по ценностной оси «Открытость – Сохранение» надо прежде всего знать возраст респондента, а для предсказания ориентации по оси «Забота о людях и природе – Самоутверждение» важнее всего знать, в какой стране он живет.

5. Выводы о сходствах и отличиях базовых ценностей, полученные в данной статье, подтверждают тезис о России как стране, подчиняющейся общим закономерностям, характерным для стран сходного с ней уровня экономического и политического развития. В большинстве предпринятых сопоставлений Россия оказывалась ближе по своим ценностям к сходным с ней по новейшему историческому

опыту и близким по уровню экономического развития постсоциалистическим и средиземноморским, нежели к западноевропейским и Скандинавским странам. Кроме того, Россия оказалась на линии тренда, характерного для всего множества европейских стран и связывающего ценности *Заботы – Самоутверждения* со среднедушевым ВНД. Это прямо указывает на то, что данные ценности выражены у россиян примерно в той же мере, что и у жителей стран с близким уровнем среднедушевого ВНД.

6. Результаты, полученные на данных четвертого раунда Европейского социального исследования (2008–2009 гг.), полностью воспроизводят выводы, полученные нами ранее на данных третьего раунда ESS (2006–2007 гг.), что свидетельствует об устойчивости обнаруженных закономерностей, во всяком случае, на коротких временных интервалах.

7. Тот факт, что у россиян слабее, чем у большинства европейцев, выражены надличные ценности заботы, толерантности, равенства и, наоборот, сильнее, чем у большинства европейцев, проявляются ориентации на конкурентные ценности личного успеха, власти и богатства, характерные для «игры с нулевой суммой», подтверждает обоснованность звучащей сегодня в нашей стране моральной критики в адрес массовых ценностей и нравов.

Тревожным фактом является также сравнительно низкая приверженность россиян ценностям *Открытости изменениям* и, наоборот, сильная ориентация на *Сохранение*, что особенно четко проявляется при устранении влияния возрастных различий между странами. Это серьезный культурный барьер [Харрисон, 2008а; Ясин и Снеговая, 2009] на пути развития инновационной экономики, да и на пути общественного развития в целом.

Для воспитания российского общества в духе открытости изменениям и заботливого отношения к окружающим людям и природе нужна долговременная культурная политика, соизмеримая по масштабу задач с известной «программой прогрессивных изменений культуры», сформулированной Л. Харрисоном [Харрисон, 2008б].

## Литература

Андреевкова А.В. Материалистические/постматериалистические ценности в России // Социологические исследования. 1994. № 11.

Лебедева Н.М. Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре // Психологический журнал. Т. 22. 2001. № 3.

Магун В.С. Ценностный реванш в современном российском обществе // Куда идет Россия?.. Альтернативы общественного развития. М., 1994.

Магун В.С. Трудовые ценности российского населения: социалистическая модель и постсоциалистическая реальность // Куда идет Россия?.. Альтернативы общественного развития. Вып. II / под ред. Т.И. Заславской. М., 1995.

Магун В.С. Динамика трудовых ценностей российских работников: 1991–2004 гг. // Российский журнал менеджмента. 2006. № 4.

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.

Магун В., Руднев М. Сходства и отличия базовых ценностей россиян и других европейцев // Россия в Европе. По материалам международного сравнительного социологического проекта «Европейское социальное исследование» / отв ред. А.В. Андреевкова, Л.А. Беляева М.: Академия, 2009.

Население России 2006. Четырнадцатый ежегодный демографический доклад / отв. ред. А.Г. Вишневецкий. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008.

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

Харрисон Л. Кто процветает? Как культурные ценности способствуют успеху в экономике и политике. М.: Фонд «Либеральная миссия»; «Новое издательство». 2008а.

*Харрисон Л.* Главная истина либерализма: Как политика может изменить культуру и спасти ее от самой себя. М.: Фонд «Либеральная миссия»; «Новое издательство». 2008б.

*Шлейфер А., Трейзман Д.* Россия – нормальная страна // Россия в глобальной политике. № 2. Март – Апрель 2004. (Исходный текст: Andrei Shleifer and Daniel Treisman. A Normal Country // Foreign Affairs. March/April 2004).

*Ясин Е.Г., Снеговая М.В.* Тектонические сдвиги в мировой экономике. Что скажет фактор культуры. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2009.

*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. No. 3.

*Inglehart R.* Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies. Princeton, NJ, 1997.

*Inglehart R.* Measuring Culture and Cultural Change: an Introduction. Paper presented to The Samuel Huntington Symposium: Culture, Cultural Change and Economic Development. Moscow, 25 May, 2010.

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

*Jowell R., Roberts C., Fitzgerald R. and Eva G. (editors).* Measuring Attitudes Cross-Nationally: Lessons from the European Social Survey. L., 2007.

*Maslow A.H.* Motivation and Personality. 2<sup>nd</sup>. ed. N.Y., 1970.

*Norris P., Davis J.* A Continental Divide? Social Capital in the US and Europe // Jowell R., Roberts C., Fitzgerald R. and Eva G. (eds.). Measuring Attitudes Cross-Nationally: Lessons from the European Social Survey. L., 2007. P. 239–264.

*Schwartz S.H.* A Proposal for Measuring Value Orientations across Nations // Questionnaire Development Package of the European Social Survey. 2003a ([http://www.europeansocialsurvey.org/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=126&Itemid=80](http://www.europeansocialsurvey.org/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=126&Itemid=80)).

*Schwartz S.H.* Instructions for Computing Scores for the 10 Human Values and Using them in Analyses // Documentation for ESS-1. 2003b. [http://ess.nsd.uib.no/ess/doc/ess1\\_human\\_values\\_scale.pdf/](http://ess.nsd.uib.no/ess/doc/ess1_human_values_scale.pdf/).

*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 (CA), 1992. Vol. 25.

*Schwartz S.H.* Cultural Value Orientations: Nature and Implications of National Differences. Moscow: State University – Higher School of Economics Press, 2008.

*Schwartz S.H., Bardi A.* Influences of Adaptation to Communist Rule on Value Priorities in Eastern Europe // Political Psychology. 1997. Vol. 18. P. 385–410.

*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 (CA), 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.

*Schwartz S.H., Verkasalo M., Antonovsky A., Sagiv L.* Value Priorities and Social Desirability: Much Substance, Some Style // British Journal of Social Psychology. 1997. Vol. 36. P. 3–18.

*Tibshirani R., Walther G., Hastie T.* Estimating the Number of Clusters in a Dataset via the Gap Statistic // Journal of the Royal Statistical Society. 2001. Vol. 63. P. 411–423.

*Verkasalo M., Lonnavist J.-E., Lipsanen J., Helkama K.* European Norms and Equations for a Two Dimensional Presentation of Values as Measured with Schwartz's 21-item Portrait Values Questionnaire // European Journal of Social Psychology. 2009. Vol. 39. P. 780–792.

*Препринт WP6/2010/03  
Серия WP6  
Гуманитарные исследования*

Магун Владимир Самуилович, Руднев Максим Геннадьевич

**Базовые ценности-2008: сходства и различия  
между россиянами и другими европейцами**

Зав. редакцией оперативного выпуска *А.В. Заиченко*  
Технический редактор *Ю.Н. Петрина*

Отпечатано в типографии Государственного университета –  
Высшей школы экономики с представленного оригинал-макета  
Формат 60×84 1/16. Бумага офсетная. Тираж 150 экз. Уч.-изд. л. 3,4  
Усл. печ. л. 3,25. Заказ № . Изд. № 1197

Государственный университет – Высшая школа экономики  
125319, Москва, Кочновский проезд, 3  
Типография Государственного университета – Высшей школы экономики  
125319, Москва, Кочновский проезд, 3  
Тел.: (495) 772-95-71; 772-95-73