



Электронная библиотека
Гражданское общество в России

В. С. Магун
М. Г. Руднев

Базовые ценности россиян
в европейском контексте
(статья вторая)

Электронный ресурс

URL: http://www.civisbook.ru/files/File/Bazov_zen_St2_Magun_Rudnev.pdf

Перепечатка с сайта Института
социологии РАН <http://www.isras.ru/>

URL: <http://www.civisbook.ru>

РОССИЯ В ЕВРОПЕЙСКОМ КОНТЕКСТЕ

*В.С. МАГУН,
М.Г. РУДНЕВ*

Базовые ценности россиян в европейском контексте*

“Деконструкция стран”, или Сравнение стран с учетом их внутренней ценностной неоднородности

В сравнениях и классификациях, описанных в предыдущих разделах, в качестве единиц анализа выступали агрегированные объекты – целые страны; мы принимали как само собой разумеющееся, что ценности отдельных респондентов, отвечавших на вопросы анкеты, определяются страной, в которой они живут. Откажемся теперь от этой “страновой презумпции” и классифицируем отдельных участников исследования как самостоятельные единицы, не связывая их с самого начала определенной страновой идентичностью. При таком подходе люди совсем не обязательно объединятся между собой по страновому принципу. Попытка именно такой классификации с использованием кластерного анализа (по методу k -средних) и была нами предпринята.

За единицу анализа был взят отдельный респондент, и статистический алгоритм распределял людей по кластерам (типам) только на основании их ответов на 21 исходный ценностный вопрос (то есть на основании показателей “первого уровня”, которые были предварительно центрированы) безотносительно стране проживания. Пользуясь стандартным критерием, мы остановились на типологии, состоящей из четырех кластеров¹. Эти кластеры оказались относительно равномерно наполнены, и различия между ними хорошо описывались в терминах интегральных ценностных факторов. В кластере I оказалось 8293 (18%), в кластере II – 16 058 (35%), в кластере III – 11 078 (24%) и в кластере IV – 10 299 (23%) респондентов².

* Окончание (начало см. “Общественные науки и современность”. 2010. № 3).

¹ Для определения числа кластеров использовался принцип “спинки кресла” или “камнепада”. Он заключается в визуальной оценке графика, где для каждого возможного числа кластеров представлено соотношение межкластерной и внутрикластерной дисперсий признаков, на которых строится типология.

² Типологизация по методу k -средних может зависеть от сортировки исходного массива данных. Поэтому, чтобы убедиться в устойчивости наших результатов, мы провели специальный эксперимент, в котором массив несколько раз подвергали сортировке по случайным переменным, и повторяли процедуру кластерного анализа. При этом центры кластеров несколько смещались, и респонденты перемещались из кластера в кластер, но принципиальные результаты анализа при разных сортировках сохранялись. Полученные при разных сортировках кластеры оказались очень близки – как в пространстве двух ценностных факторов, так и по средним значениям семи ценностных индексов “второго уровня”.

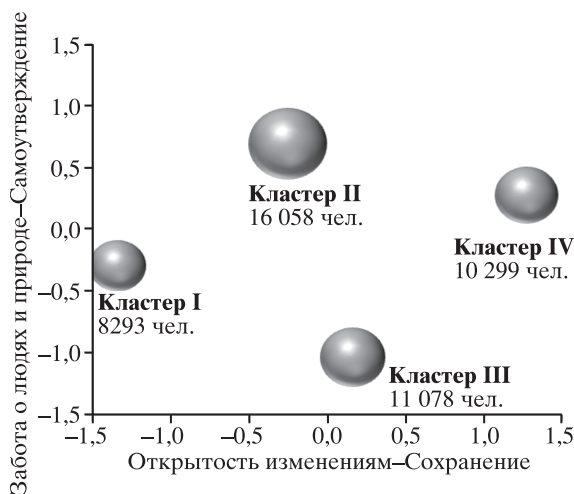


Рис. 5. Ценностные типы (кластеры) жителей 25 европейских стран в пространстве двух ценностных факторов (положение кластера определяется средними оценками входящих в него респондентов; размер “пузырьков” пропорционален количеству респондентов в каждом из кластеров).

На рисунке ³ показано расположение четырех кластеров в пространстве уже знакомых нам 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, то есть у них в большей степени, чем у представителей трех других типов, выражены ценности *Открытости изменениям* (в ущерб ценностям *Сохранения*) и весьма сильно (средне-высоко) выражены ценности *Заботы* (в ущерб ценности *Самоутверждения*). Респонденты, вошедшие в **кластер II**, характеризуются средней выраженностью фактора “Открытость–Сохранение” и наиболее сильной, в сравнении с представителями других кластеров, выраженностью ценностного фактора “Забота о людях и природе–Самоутверждение”. **Кластер III** на рисунке располагается почти напротив кластера II, входящие в него респонденты характеризуются тоже умеренной ориентацией на ценности *Сохранения* (чуть более высокой, чем контингент кластера II) 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 средне-высокой значимостью ценностей *Самоутверждения* (в ущерб ценностям *Заботы*). Таким образом, получилось, что четыре кластера располагаются в вершинах ромба: у каждого кластера один из двух факторов выражен в крайней (наибольшей или наименьшей по сравнению с другими кластерами) степени, а другой фактор выражен у двух кластеров в средней степени (фактор “Открытость изменениям–Сохранение”), а у двух других – в средне-низкой или средне-высокой степени (фактор “Забота о людях и природе–Самоутверждение”). Диагонали ромба приблизительно соответствуют направлению двух ценностных осей, причем более длинная диагональ вытянута вдоль оси “Открытость–Сохранение”.

Как уже говорилось, при распределении респондентов по кластерам учитывались только их ответы на 21 ценностный вопрос анкеты, а страновая принадлежность во внимание не принималась. Но теперь посмотрим: есть ли какая-то закономерность в том, как распределились по кластерам жители различных стран? Ответ на этот вопрос содержит-

³ Рисунки 1–4 см. в первой части статьи.

ся в таблице 4⁴, где приведены доли населения каждой страны, оказавшиеся в том или ином кластере. Как видно из этой таблицы, в каждом из четырех ценностных кластеров (типов) есть представители всех стран. При этом в каждом из кластеров есть страны-лидеры и страны-аутсайдеры, то есть такие, которые “вносят” в состав данного кластера, соответственно, наибольшую или наименьшую (в сравнении с другими странами) долю своего населения. Кроме того, в каждой из 25 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 кластере I, члены которого, напомним, в среднем характеризуются крайне высокой ценностью “Открытости” и средне-высокой ценностью “Заботы о людях и природе” лидируют Австрия, Дания, Нидерланды, Швеция и Латвия – они “вносят” в состав кластера не менее четверти своего населения, а наименьший вклад у четырех постсоциалистических стран (Польша, Румыния, Словакия и Украина), а также Испании, взнос каждой из них – не более 10% населения. В целом, в данном кластере оказалось 18% всей выборки, он по численности наименьший среди четырех⁵.

В кластере II, участники которого, напомним, занимают срединное положение по оси “Открытость–Сохранение” и у которых крайне высока ценность “Самоутверждения”, лидеры и аутсайдеры частично поменялись местами: лидируют как раз постсоциалистические Латвия, Румыния и Словакия (каждая из них “вносит” в состав кластера более половины своего населения!), а наименьший вклад (не более четверти своей численности) приходится на долю Испании, Финляндии, Франции, Швейцарии и титульного населения Эстонии (в целом, данный кластер самый большой, в нем оказалось 35% всей выборки).

Участники кластера III, как было показано выше, характеризуются срединным положением по оси “Открытость–Сохранение” и крайне высокой ценностью “Заботы”. Лидируют в нем Бельгия, Испания, Финляндия, Франция, Швейцария и Швеция (“вносят” от 36 до 55% своего населения), а наименьший вклад снова вносят шесть постсоциалистических стран (четыре из них совпадают с аутсайдерами первого кластера) – Латвия, Польша, Россия, Румыния, Словакия и Украина (вклад каждой из них – менее 10% населения). Этот кластер средний по численности, в нем оказалась около четверти всей выборки.

Примерно таков же по размеру и последний, кластер IV, в котором оказались респонденты, характеризующиеся крайне высокой ценностью “Сохранения” и средне-высокой ценностью “Самоутверждения”. Лидируют в нем три постсоциалистические страны: Польша, Россия и Украина. Эти страны “вносят” в состав кластера 35–40% населения, а наименее представлены Австрия, Латвия, Нидерланды, Франция, Швейцария и Швеция (вклад каждой – от 11 до 14% населения).

Итак, в составе каждого кластера представлены жители всех стран, но неравномерно: одни “вносят” в состав кластера очень заметную долю своего населения, а другие – совсем небольшую. Примечательно, что полярными по величине этих вкладов в каждом кластере оказываются всякий раз одни и те же категории стран, а именно – постсоциалистические и “старые” капиталистические страны, причем представители каждой из этих категорий поочередно выступают то в роли лидера, то в роли аутайдера.

И точно так же, как внутри каждого кластера, неравномерно представлены доли разных стран, каждая страна неравномерно “вкладывается” в разные кластеры. Примечательно, что особенно резко эта неравномерность вкладов в разные кластеры выражена как раз у постсоциалистических стран: у каждой из них есть два крупных вклада (в большинстве случаев – кластеры II и IV) и два – заметно меньших по величине (как правило, кластеры I и III).

Подобная неравномерность характерна и для России. Большинство (почти 80%) россиян попадают во второй (43%) и четвертый (35%) кластеры, в которых лидиру-

⁴Таблицы 1–3 см. в первой части статьи.

⁵В этом и во всех остальных кластерах доли стран-лидеров статистически значимо отличаются от долей стран-аутсайдерах (при $p < 0,05$ или при более строгом уровне значимости).

Распределение населения 25 стран по кластерам, построенным путем классификации респондентов на основе их ценностей “первого уровня” (в % по строке*)

Страна	Кластер I: Крайне высокая ценность “Открытости” и средне-высокая ценность “Заботы о людях и природе”	Кластер II: Срединное положение по ценностному фактору “Открытость–Сохранение” и крайне высокая ценность “Самоутверждения”	Кластер III: Срединное положение по ценностному фактору “Открытость–Сохранение” и крайне высокая ценность “Заботы о людях и природе”	Кластер IV: Крайне высокая ценность “Сохранения” и средне-высокая ценность “Самоутверждения”	Число респондентов
Австрия	34**	30	24	13	2383
Бельгия	20	29	36	16	1797
Болгария	15	38	13	33	1355
Великобритания	22	28	29	21	2361
Венгрия	17	36	31	16	1475
Германия	21	30	30	19	2889
Дания	25	28	32	15	1465
Ирландия	18	33	24	25	1670
Испания	8	24	36	32	1859
Кипр	13	38	24	25	995
Латвия	25	55	8	13	1940
Нидерланды	26	33	30	11	1861
Норвегия	21	31	21	26	1552
Польша	9	44	9	39	1706
Португалия	13	47	16	24	2212
РОССИЯ	17	43	5	35	2399
Румыния	10	60	3	27	2109
Словакия	10	52	8	31	1745
Словения	20	38	25	17	1466
Украина	9	42	8	40	1971
Финляндия	19	23	36	22	1653
Франция	16	16	55	14	1984
Швейцария	20	21	46	13	1798
Швеция	24	26	38	12	1604
Эстония (русск.)	14	44	10	31	528
Эстония (эст.)	17	24	34	25	951
Всего	18	35	24	23	45 728

* В кластерный анализ не включались респонденты с большим числом неответов (те, кто не ответили больше, чем на половину вопросов).

** Жирным шрифтом и подчеркиванием выделены доли стран-лидеров данного кластера, курсивом – доли стран-аутсайдеров данного кластера.

ют постсоциалистические страны, но в то же время в России есть и меньшинство. Оно хотя и разделяет ценности, не типичные для россиян, все же весьма значительно по численности: каждый шестой россиянин (17% российской выборки) входит в кластер I и еще 5% – в кластер III, в обоих этих кластерах тон задают представители старых капиталистических стран.

Напомним, что если смотреть на российское население в среднем, без деления на кластеры, то оно, в сравнении с населением других стран, характеризуется средним положением по фактору *“Открытости–Сохранения”* и крайне высокими значениями фактора *“Забота о людях и природе–Самоутверждение”* (см. рис. 4 в первой части статьи). Именно такое сочетание ценностей характерно для кластера II, куда как раз и попадает самая большая часть (почти половина) россиян: эти люди воплощают то, что можно было бы назвать сегодняшней модальной российской личностью. Еще около трети (35%) россиян (их можно назвать “вторым большинством”) вошли в кластер IV и характеризуются крайне высокой выраженностью ценностей *“Сохранения”* и средне-высокой 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 средним 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 данные ценности характерны для двух других “фракций” российского общества – “меньшинств”, оказавшихся в составе кластеров I и III. Так, 17% россиян, оказавшихся в составе кластера I, характеризуются самой высокой, в сравнении с другими ценностными типами, ориентацией на *“Открытость изменениям”* (в ущерб *“Сохранению”*) и средне-высокой ориентацией на *“Заботу”* (в ущерб *“Самоутверждению”*)⁶. И еще для 5% россиян, оказавшихся в составе кластера III, характерно обратное сочетание – среднее 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, были обнаружены 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 россиянин⁷.

⁶ Эта характеристика кластера I 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 *Риск-Новизна* и *Забота. 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.

⁷ Есть некоторые социально-демографические особенности этого ценностного меньшинства россиян. В целом, это более активная и модернизированная часть населения. В кластерах I и III больше мужчин, чем в кластерах II и IV (51% против 39%, различия значимы при $p < 0,05$); оказавшиеся в них россияне более молоды (50% из них младше 30 лет, тогда как среди членов кластеров II и IV таковых всего 23%, но зато там 63% респондентов старше 39 лет – против всего 35% в кластерах I и III). Также можно отметить, что среди респондентов из кластеров II и IV значимо большая доля постоянно проживает в сельской местности, чем среди респондентов из кластеров I и III (29% против 21%). Что касается профессиональной принадлежности, уровня образования, а также региона, в котором проживает респондент, то четких и последовательных различий между “меньшинством” и “большинством” пока обнаружить не удалось. Возможно, это свидетельствует об относительной равномерности распределения упомянутого меньшинства между регионами и социальными стратами.

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 с представителями российского ценностного большинства. В свою очередь, и в упомянутых странах есть группы населения, более близкие по своим ценностям к российскому ценностному большинству, чем к своим придерживающимся иных убеждений согражданам.

Влияние страны проживания и социально-демографического состава населения на базовые ценности: результаты множественного регрессионного анализа

В детерминации описанных выше различий между средними показателями по России и другим странам участвуют две принципиально различные группы факторов [Магун, 1995]. 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 *состава* населения по социально-демографическим или социально-профессиональным параметрам, влияющим на базовые ценности (например, с тем, что в какой-то стране население старше, чем в России, или воспитывалось более образованными родителями). Регрессионный анализ, к описанию которого мы переходим, дает возможность разделить вклады этих двух групп факторов, влияющих на ценности жителей России и других стран.

В таблице 5 приведены коэффициенты уравнений линейной регрессии⁸, в которых в качестве зависимых переменных используются два наиболее интегральных ценностных показателя – факторы “*Открытость изменениям–Сохранение*” и “*Забота о людях и природе–Самоутверждение*”. В качестве *независимых* переменных в регрессии, кроме страновой принадлежности респондентов, включаем также те характеристики, связь которых с ценностями неоднократно обнаруживалась в предшествующих исследованиях – это пол, возраст, принадлежность к этническому меньшинству, характеристики родительской семьи (имел ли кто-либо из родителей респондента высшее образование, когда респонденту было 14 лет; был ли у него отец, когда респонденту было 14 лет, имели ли отец и мать подчиненных, был ли кто-либо из родителей иммигрантом). Все эти характеристики могут влиять на ценности респондента, но обратное влияние на них со стороны ценностей невозможно (эти переменные называют экзогенными)⁹. Оба регрессионных уравнения статистически значимы, показатели R^2 для факторов “*Сохранения*” и “*Самоутверждения*” равны, соответственно, 0,27 и 0,22.

Чтобы оценить влияние *страновой принадлежности*, в качестве контрольной группы было выбрано проживание респондента в России. Благодаря этому коэффициенты, характеризующие влияние различных стран, указывают на то, каким образом сказывается на ценностях изменение страновой принадлежности респондентов с российской на какую-либо другую. Из таблицы 5 видно, что различия между Россией и остальными странами статистически значимо сказываются на индивидуальных значениях обоих ценностных факторов. Почти все коэффициенты регрессии, указывающие на влияние страны проживания, статистически значимы на высоком уровне ($p < 0,001$).

⁸ Строго говоря, исходные шкалы в анкете являются порядковыми, но при их анализе *de facto* принимается допущение о линейности: именно на этом допущении построена процедура центрирования.

⁹ 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.

**Коэффициенты линейной регрессии для двух регрессионных уравнений
(Зависимые переменные – индивидуальные значения респондентов
по двум ценностным факторам)**

	Зависимая переменная – индивидуальные значения ценностного фактора “Открытость изменениям–Сохранение”; $R^2 = 0,27$		Зависимая переменная – индивидуальные значения ценностного фактора “Забота о людях и природе–Самоутверждение”; $R^2 = 0,22$	
	нестандарти- зованные коэф- фициенты B	стандартизо- ванные коэф- фициенты β	нестандарти- зованные коэф- фициенты B	стандартизо- ванные коэф- фициенты β
(Константа)	-0,66(0,03)		0,67(0,03)	
Мужской пол	-0,25(0,01)**	-0,13**	0,17(0,01)**	0,08**
Возраст респондента	0,02(0,00)**	0,43**	0,00(0,00)**	0,03**
Страна прожи- вания (<i>Россия – контрольная группа</i>)				
Страна прожива- ния – Австрия	-0,49(0,03)**	-0,11**	-0,79(0,03)**	-0,18**
Страна прожива- ния – Бельгия	-0,17(0,03)**	-0,03**	-0,99(0,03)**	-0,19**
Страна прожива- ния – Болгария	-0,04(0,03)	-0,01	-0,38(0,03)**	-0,06**
Страна прожива- ния – Швейцария	-0,30(0,03)**	-0,06**	-1,32(0,03)**	-0,25**
Страна прожива- ния – Кипр	0,03(0,03)	-0,00	-0,64(0,03)**	-0,09**
Страна прожива- ния – Германия	-0,30(0,02)**	-0,07**	-0,94(0,02)**	-0,23**
Страна прожива- ния – Дания	-0,46(0,03)**	-0,08**	-1,11(0,03)**	-0,19**
Страна прожива- ния – Испания	0,26(0,03)**	0,05**	-1,00(0,03)**	-0,20**
Страна прожива- ния – Финляндия	-0,16(0,03)**	-0,03**	-1,06(0,03)**	-0,21**
Страна прожива- ния – Франция	-0,15(0,03)**	-0,03**	-1,52(0,03)**	-0,31**
Страна прожива- ния – Велико- британия	-0,26(0,03)**	-0,06**	-0,90(0,03)**	-0,20**
Страна прожива- ния – Венгрия	-0,25(0,03)**	-0,04**	-0,68(0,03)**	-0,12**
Страна прожива- ния – Ирландия	-0,07(0,03)*	-0,01*	-0,75(0,03)**	-0,14**
Страна прожива- ния – Латвия	-0,55(0,03)**	-0,11**	0,05(0,03)	0,01
Страна прожива- ния – Нидер- ланды	-0,50(0,03)**	-0,10**	-0,96(0,03)**	-0,19**
Страна прожива- ния – Норвегия	-0,21(0,03)**	-0,04**	-0,77(0,03)**	-0,15**
Страна прожива- ния – Польша	0,19(0,03)**	0,04**	-0,26(0,03)**	-0,05**

Таблица 5 (окончание)

Страна проживания – Португалия	-0,25(0,03)**	-0,05**	-0,51(0,03)**	-0,11**
Страна проживания – Румыния	-0,16(0,03)**	-0,03**	0,19(0,03)**	0,04**
Страна проживания – Швеция	-0,47(0,03)**	-0,09**	-1,08(0,03)**	-0,21**
Страна проживания – Словения	-0,25(0,03)**	-0,04**	-0,71(0,03)**	-0,12**
Страна проживания – Словакия	-0,00(0,03)	-0,00	-0,14(0,03)**	-0,03**
Страна проживания – Украина	0,03(0,03)	0,01	-0,03(0,03)	-0,01
Страна проживания – Эстония (титульный этнос)	-0,16(0,03)**	-0,02**	-0,93(0,03)**	-0,13**
Страна проживания – Эстония (русскоговорящие эстонцы)	-0,23(0,04)**	-0,02**	-0,21(0,04)**	-0,02**
Характеристики родительской семьи				
Хотя бы один из родителей имеет высшее образование	-0,17(0,01)**	-0,07**	-0,09(0,01)**	-0,04**
Хотя бы один из родителей иммигрант	0,10(0,02)**	0,03**	0,08(0,02)**	0,02**
Респондент принадлежит к этническому меньшинству	0,12(0,02)**	0,03**	0,16(0,02)**	0,04**
Когда респонденту было 14 лет, ОТЕЦ отсутствовал	0,01(0,02)	-0,00	-0,01(0,02)	-0,00
Когда респонденту было 14 лет, хотя бы один из родителей имел подчиненных	0,02(0,01)*	0,01*	-0,08(0,01)**	-0,03**

* Коэффициент значим при $p < 0,05$.

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

Это означает, что *ценностные отличия между Россией и другими странами сохраняются и после выравнивания стран по социально-демографическим характеристикам их населения, то есть они не сводятся к различиям в составе населения.*

Более того, влияния страновой принадлежности на ценностные факторы, очищенные от влияний возраста, пола и характеристик родительской семьи, заметно чаще статистически значимы, чем “неочищенные” (*gross*) влияния, выявленные с помощью процедуры ANOVA (см. ее результаты на рисунке 4). Когда анализировались “неочищенные” влияния на средние величины ценностных факторов, то жители России довольно часто не имели статистически значимых различий с жителями тех или иных стран. Результаты же регрессионного анализа (при данном наборе независимых пере-

менных) показывают, что подобные случаи – редкость: незначимых коэффициентов всего 4 из 50.

Статистически значимые коэффициенты регрессии свидетельствуют, что большинство стран характеризуются более низкими, в сравнении с Россией, значениями фактора “*Открытость изменениям–Сохранение*”, то есть более сильной выраженностью *Открытости* и более слабой выраженностью ориентации на *Сохранение* (сейчас таких стран 18, а по “неочищенным” сравнениям их было только 11). Незначимые отличия по этому параметру, судя по регрессии, остались у России только с 4 странами (Болгарией, Кипром, Словакией и Украиной) – в “неочищенных” сравнениях их было 10. И две страны – Испания и Польша – по регрессионным коэффициентам также характеризуются *большой*, чем Россия, ориентацией на *Сохранение*, как это было и при “неочищенных” сравнениях (до “очистки” в этой группе стран была еще и Украина). Таким образом, контроль социально-демографических переменных, осуществленный с помощью регрессионного анализа, показал, что отличия России от других стран по ценностям “*Открытости изменениям–Сохранения*” не сводятся к отличиям в социально-демографическом составе населения. Наоборот, влияние различий в составе населения *умеряет* свойственную россиянам более выраженную ориентацию на ценности *Сохранения*, которая обнаруживается при снятии этого влияния в ходе регрессионного анализа¹⁰.

В отношении ценностного фактора “*Забота о людях и природе–Самоутверждение*” регрессионные коэффициенты свидетельствуют, что большинство стран характеризуются его более низкими значениями, то есть более сильной, чем в России, выраженностью *Заботы* и более слабой выраженностью *Самоутверждения* (сейчас таких стран 21, почти столько же их было и по “неочищенным” сравнениям). Незначимые отличия по этому параметру остались у России только с Латвией и Украиной, а Румыния сохранила свое значимое опережение России по выраженности *Самоутверждения*. Таким образом, в данном случае контроль социально-демографических переменных, осуществленный с помощью регрессионного анализа, тоже подтвердил, что отличия России от других стран по ценностям “*Заботы–Самоутверждения*” не сводятся к отличиям социально-демографического состава ее населения.

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

Значимы и влияния характеристик родительской семьи: наличие у родителей респондента высшего образования повышает значимость для него *Открытости* и *Заботы*, противоположно влияет то, что родители – иммигранты. Руководящий статус родителей в период социализации респондента повышает для него значимость ценностей *Сохранения* и *Заботы*. Принадлежность самого респондента к этническому меньшинству усиливает его приверженность ценностям *Сохранения* и *Самоутверждения*.

Обратим особое внимание на *соотношение страновых и социально-демографических влияний* на различные ценности. (С помощью стандартизованных β -коэффициентов, приведенных в таблице 5, можно не только оценивать значимость влияний и их знаки, но и сравнивать эти влияния по силе.) Как видно из данной таблицы, два рассматриваемых ценностных фактора принципиально различаются по соотношению влияющих на них причин. Применительно к ценностному фактору “*Открытость изменениям–Сохранение*” более сильными детерминантами оказываются пол и особенно возраст респондентов, а их страновая принадлежность (“Россия ЛИБО какая-то

¹⁰ 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. Отсюда – значительное число стран, с которыми по результатам “неочищенных” сравнений у России нет статистически значимых различий по фактору “*Открытость изменениям–Сохранение*”.

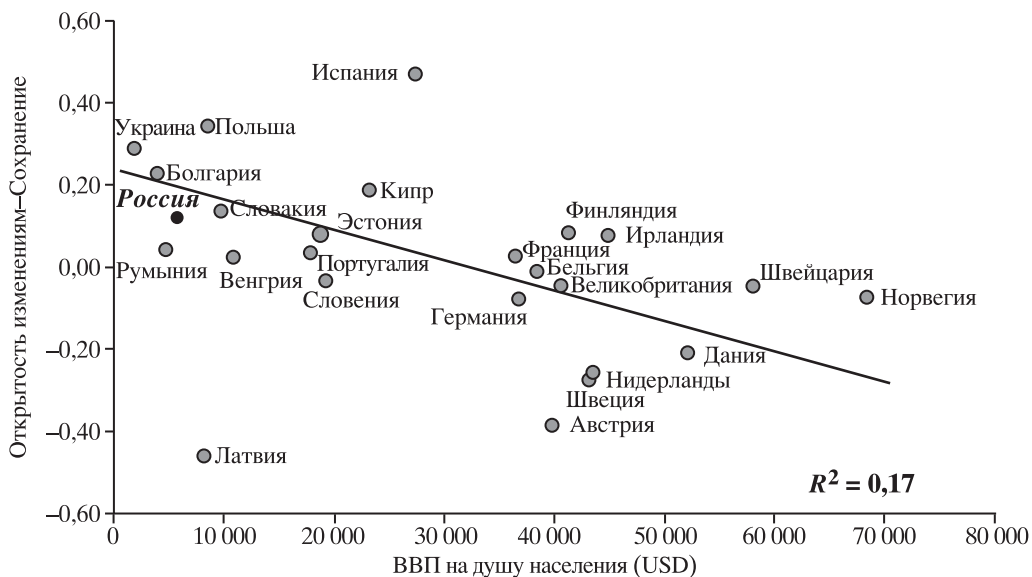


Рис. 6. Влияние уровня ВВП на душу населения на средние страновые значения ценностного фактора “Открытость изменениям–Сохранение”.

другая страна”) влияет, как уже говорилось, тоже статистически значимо¹¹, но в меньшей степени. Стандартизованный коэффициент влияния возраста на показатель “Открытость изменениям–Сохранение” равен 0,43, а коэффициенты страновых влияний по абсолютной величине не превышают 0,11. Что же касается ценностного фактора “Забота о людях и природе–Самоутверждение”, то в этом случае, наоборот, страновая принадлежность респондента (“к России ЛИБО к какой-либо другой стране”) влияет заметно сильнее, чем пол и возраст. Стандартизованный коэффициент при показателе пола равен 0,08, коэффициент при показателе возраста равен 0,03, а средняя (по модулю) величина стандартизованного коэффициента регрессии при страновых показателях равняется 0,14. Таким образом, если оставить в стороне другие независимые переменные, то получается, что для предсказания ценностной ориентации по параметру “Открытость–Сохранение” важнее всего знать возраст и пол респондента, а для предсказания его ориентации по параметру “Забота о людях и природе–Самоутверждение” важнее всего знать, в какой стране он живет.

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, что именно из характеристик страновой принадлежности, какие именно качества стран влияют на рассматриваемые ценности.

Это совсем не обязательно должны быть характеристики культуры. Имеющиеся исследования, в частности работы Р. Инглхарта и его коллег [Inglehart, Baker, 2000], показывают, что одной из ключевых детерминант ценностей на страновом уровне является как раз уровень экономического развития. Продолжая эту линию анализа, мы для иллюстрации имеющихся здесь исследовательских возможностей сопоставили страновые средние по двум ценностным факторам с ключевым показателем экономического развития – уровнем валового внутреннего продукта (ВВП) на душу населения¹².

¹¹ Статистически значимы 21 из 25 страновых коэффициентов.

¹² Уровень валового внутреннего продукта на душу населения измерен по методу Атласа Всемирного банка; использованы данные за 2006 г. (см.: World Development Indicators Database, <http://web.worldbank.org/>).

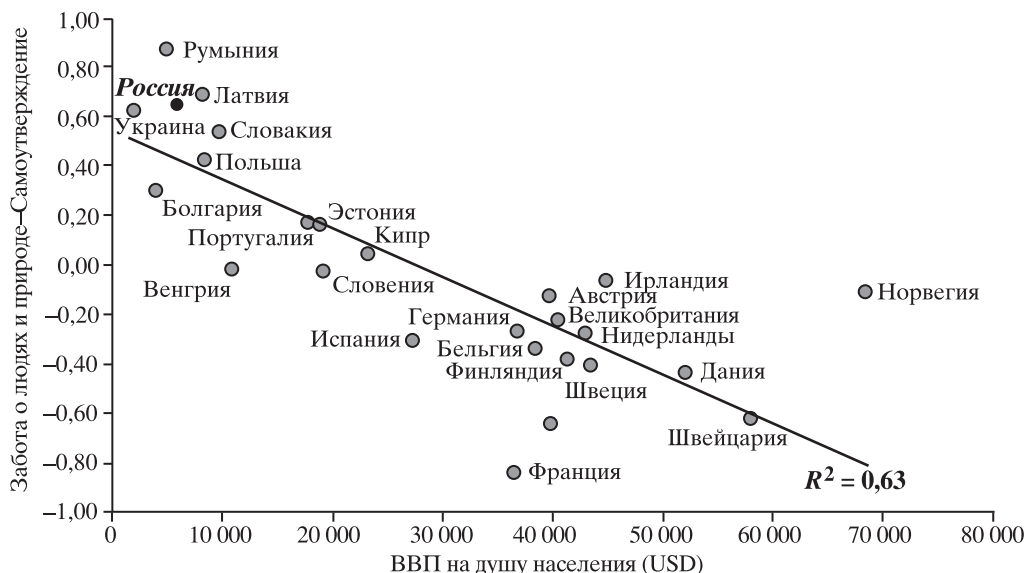


Рис. 7. Влияние уровня ВВП на душу населения на средние страновые значения ценностного фактора “Забота о людях и природе—Самоутверждение”.

Как видно из рисунков 6 и 7, с ростом уровня ВВП на душу населения несколько повышаются средние страновые значения ценностей *Открытости изменениям* (в ущерб ценностям *Сохранения*) (коэффициент корреляции равен 0,41, $R^2 = 0,17$), и очень явно повышается выраженность ценностей *Заботы о людях и природе* (в ущерб ценностям *Самоутверждения*), коэффициент корреляции равен 0,79, $R^2 = 0,63$. Эти эмпирические результаты вполне согласуются с выводами Инглхарта относительно детерминации материалистических и постматериалистических ценностей и, конечно, с идеями А. Маслоу [Maslow, 1970] относительно усиления потребностей вышележащих уровней по мере насыщения “физиологических” потребностей и потребностей безопасности.

* * *

На данных, полученных с помощью методики Ш. Шварца в рамках третьего раунда Европейского социального исследования, предпринят анализ базовых ценностей российского населения и их сравнение с ценностями населения 24 европейских стран. Используемая методика измеряет показатели разных уровней интеграции. На самом элементарном – ответы респондентов на 21 вопрос анкеты (ценности “первого уровня”), которые далее объединяются в семь индексов ценностей “второго уровня”; на самом высоком (четвертом) уровне интеграции располагаются два факторных индекса, построенные нами посредством факторного анализа ответов респондентов на исходные вопросы анкеты. В итоге установлено:

1. По результатам попарных межстрановых сравнений средних величин по семи ценностным индексам “второго уровня” для россиянина, в сравнении с жителями других стран, характерна более высокая осторожность (или даже страх) и потребность в защите со стороны сильного государства, у него слабее выражены потребности в новизне, творчестве, свободе и самостоятельности и ему менее свойственна склонность к риску и стремление к веселью и удовольствиям. В отношении значимости перечисленных ценностей средний россиянин похож на средних представителей целого ряда других стран, прежде всего постсоциалистических.

В отношении же значимости другой группы ценностей средний россиянин более своеобразен и, как правило, похож на представителей лишь небольшого числа рассматриваемых стран. Речь идет о его сильном стремлении к богатству и власти, а

также к личному успеху и социальному признанию. Сильная ориентация на личное самоутверждение оставляет в сознании этого человека меньше, чем у представителей других стран, места для заботы о равенстве и справедливости в стране и мире, для толерантности, заботы о природе и окружающей среде и даже для беспокойства и заботы о тех, кто его непосредственно окружают.

По результатам сравнения ценностных факторов (осей) население России занимает срединное положение на оси “*Сохранение–Открытость изменениям*” и характеризуется одной из самых высоких, в сравнении с другими европейцами, ориентаций на ценности *Самоутверждения* (в ущерб ценностям *Заботы о людях и природе*). По выраженности параметра “*Открытость изменениям–Сохранение*” средний россиянин похож на представителей 10 других европейских стран. По своему положению на оси “*Забота о людях и природе–Самоутверждение*” средний россиянин гораздо более своеобразен и попадает в одну категорию только с населением Украины, Латвии и русскоязычным населением Эстонии.

В итоге получается, что сильное стремление к личному успеху и богатству не сочетается в сознании россиянина со столь же выраженной смелостью, готовностью действовать по-новому, идти на риск и принимать самостоятельные решения. Ценности строятся по “принципу удовольствия”: высокие притязания без готовности к значительным личным усилиям и рискам.

2. Кроме сравнения средних показателей по странам, был осуществлен также анализ ценностей, при котором исходными объектами сравнения выступали отдельные индивиды и их группы. Классификация всех участвовавших в исследовании респондентов, осуществленная только на основе ценностей (и вне зависимости от того, к какой стране они принадлежат), позволила объединить респондентов в четыре кластера (типа), чьи названия отражают их *положение друг относительно друга* в пространстве интегральных ценностных факторов: **кластер I** – крайне высокая выраженность ценностей “*Открытости*” и средне-высокая 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 средне-высокая значимость ценностей “*Самоутверждения*”.

В каждом из четырех кластеров (типов) оказались представители всех стран и, наоборот, в каждой из 25 стран есть представители всех четырех ценностных кластеров (типов). Распределение населения между этими типами в разных странах неодинаково. Большинство (почти 80%) россиян попали в кластеры II (43%) и IV (35%), в которых лидируют постсоциалистические страны. Помимо этого, в России существует и значимое ценностное меньшинство, которое разделяет нетипичные для большинства россиян ценности: каждый шестой россиянин (17% российской выборки) входит в кластер I и еще 5% – в кластер III (респонденты из этих кластеров наиболее представлены в населении старых капиталистических стран).

Таким образом, благодаря переходу со странового на групповой уровень анализа и построению классификации респондентов на основе их ценностей 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 оказываются по своим предпочтениям более сходными с ценностным большинством в таких, например, странах, как Франция, Швейцария, Швеция, чем с представителями российского ценностного большинства. В свою очередь, и в упомянутых странах есть группы населения, более близкие по своим ценностям к российскому ценностному большинству, чем к своим, придерживающимся иных убеждений, согражданам.

3. С помощью множественного регрессионного анализа удалось разделить две группы причин, ответственных за описанные выше различия между страновыми средними: это свойства стран (например, экономические или культурные особенности), *единообразно* влияющие на ценности каждого их жителя, и *различия* между странами в *составе населения* по тем социально-демографическим параметрам, которые влияют на базовые ценности.

Благодаря “вынесению за скобки” различий между странами по социально-демографическому составу, различия по оси “*Открытость изменениям–Сохранение*” между россиянами и жителями других европейских стран (обнаруженные ранее при сравнении средних) *усилились*. Оказалось, что особенности состава населения (российское население, в среднем, моложе) умеряют свойственную россиянам сильную ориентацию на ценности *Сохранения*, а потому после устранения этих различий значимость ценностей *Сохранения* у россиян (в сравнении с европейцами) усиливается (в ущерб значимости *Открытости изменениям*).

Установлено также, что два ценностных фактора – “*Открытость изменениям–Сохранение*” и “*Забота о людях и природе–Самоутверждение*” принципиально различаются по соотношению влияющих на них причин. Применительно к выраженности фактора “*Открытость изменениям–Сохранение*” более сильными детерминантами оказываются пол и особенно возраст респондентов, а их страновая принадлежность (“к России ЛИБО какой-то другой стране”) влияет в меньшей степени. Что же касается значений фактора “*Забота о людях и природе–Самоутверждение*”, то в этом случае, наоборот, страновая принадлежность респондента (“к России ЛИБО к какой-то другой стране”) влияет заметно сильнее, чем пол и возраст. Таким образом, если оставить в стороне другие показатели, то получается, что для предсказания ориентации по ценностной оси “*Открытость–Сохранение*” надо прежде всего знать возраст и пол респондента, а для предсказания его ориентации по оси “*Забота о людях и природе–Самоутверждение*” важнее всего знать, в какой стране он живет.

4. 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 характерные для “игры с нулевой суммой” конкурентные ценности личного успеха, власти и богатства, подтверждает обоснованность звучащей сегодня в нашей стране моральной критики в адрес массовых ценностей и нравов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Магун В.С. Трудовые ценности российского населения: социалистическая модель и пост-социалистическая реальность // Куда идет Россия?.. Альтернативы общественного развития. Вып. II. М., 1995.

Население России 2006. Четырнадцатый ежегодный демографический доклад. М., 2008.

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

Maslow A.H. Motivation and Personality. New York, 1970.