

В.П.ГОРЯИНОВ

**ЦЕННОСТИ И ИНТЕРЕСЫ СОЦИАЛЬНО-
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ГРУПП: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ
АНАЛИЗ ДВУХ МАССОВЫХ ОПРОСОВ ***

Горяинов Владимир Петрович - кандидат психологических наук, старший научный сотрудник Института системного анализа РАИ. Адрес: 127349 Москва, Шенкурский пр., д. 8, кв. 233; тел.: 135-42-25.

* Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда гуманитарных исследований (проект 96-03-04382)

В основе проведенного нами исследования лежит дихотомический подход к анализу стратификации, в соответствии с которым социально-профессиональные группы статистически достоверно подразделяются на богатых и управляющих, с одной стороны, и бедных и управляемых, с другой [1, 2]. Эта гипотеза проверяется на материалах обследования, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [3] и данных опроса, проведенного Фондом "Общественное мнение" (ФОМ) [4]. Оба опроса датируются 1994 годом.

Данные мониторинга общественного мнения, проведенного ФОМ, получены при помощи предъявляемого респондентам списка социально-политических и экономических ценностей и личностных качеств, оценка которых показывает, "какие именно внешние обстоятельства и какие особенности внутреннего состояния имеет в виду человек, когда выражает свое представление о достойном существовании такими, например, словами, как "свобода", "законность" или, скажем, "труд" [4, с. 58]. Результаты опроса представлены в виде рейтинга.

Эмпирические данные, полученные в ходе второго опроса, опубликованы в информационном бюллетене ВЦИОМ [3, с. 66, 67, 85, 89]. Из анкетных вопросов нами отбирались слова, которые могли бы служить для обозначения ценностей, интересов или потребностей, имеющих инструментальный или терминальный характер. Было выделено 37 слов, близких по смыслу словам-ценностям из инструментария, использованного Фондом "Общественное мнение". Многие слова обозначали не общие ориентиры, а, скорее, ситуационные практические ценности, которые правильнее было бы назвать интересами. Также были отобраны слова, которые относятся к еще более низкому уровню ориентации поведения - насущным актуальным потребностям, хотя границу уровней точно определить невозможно. Мы рассматривали соответствующие слова как символические коды соответствующих ценностей и интересов (табл. 1). Данные подвергались вторичной статистической обработке.

В ФОМ использовались следующие группы слов-ценностей: ценности-условия жизни, социально-экономические ценности и ценности-качества человека, а в мониторинге ВЦИОМ - ценности-условия жизни семьи, социально-экономические ценности и ценности-стратегии поведения и личностные качества человека. Таким образом, группы ценностей для обоих массивов были близки по характеру, но неодинаковы: совпадали лишь четыре термина.

Группы слов-ценностей также отличались количественно: из материалов ФОМ всего отобрано 59 слов-ценностей, из них 44 — социально-политические и экономические понятия, 15 обозначают качества личности; из материалов ВЦИОМ отобрано 37 слов-ценностей, из них 15 соотносятся с социально-политической и экономической сферами, а остальные 22 имеют житейский,

обыденный смысл.

Таблица 1

Рейтинг ценностей и интересов отдельно по социально-профессиональным группам, данные мониторинга ВЦИОМ, %

Ценности и интересы	Руководители	Специалисты	Служащие	Учащиеся	Пенсионеры	Рабочие	Безработные, домохозяйки
1. Доход	46,1	67,8	70,9	57,8	65,4	73,75	71,80
2. Работа	19,0	27,5	32,0	24,3	5,6	38,05	19,15
3. Лечение	19,4	15,1	16,8	12,5	61,7	18,1	17,05
4. Жилье	12,4	12,5	17,2	8,7	10,7	16,15	24,20
5. Быт	21,3	21,6	24,1	25,0	23,4	17,55	18,40
6. Образование детей	12,0	11,7	10,8	7,7	2,9	9,95	12,30
7. Семейные отношения	4,0	3,3	3,9	8,0	1,6	3,10	8,70
8. Трезвость	6,0	4,1	6,1	6,1	5,4	7,85	5,25
9. Отдых	23,9	21,7	18,1	16,8	18,0	13,60	13,75
10. Перспективность	18,3	25,3	23,4	13,5	20,1	25,40	26,45
11. Свободное время	29,6	18,4	5,9	21,6	2,6	10,40	7,10
12. Пассивность	6,1	22,8	20,9	24,3	47,3	27,55	26,35
13. Изменение места работы	7,7	11,2	10,1	5,2	1,5	7,85	20,30
14. Подработка	28,9	26,1	21,2	32,5	8,9	18,25	22,45
15. Самообеспечение	60,8	48,7	44,5	35,3	38,5	51,10	38,25
16. Плановая система	37,1	35,4	33,4	14,8	53,1	39,50	30,95
17. Рыночная система	46,5	31,2	22,3	53,1	10,0	21,15	27,25
18. Стабильность	51,5	57,0	57,0	39,7	73,5	55,90	56,85
19. Риск	33,5	22,6	23,8	41,0	4,7	21,35	18,50
20. Справедливость	72,5	77,4	79,5	66,6	86,3	83,35	77,55
21. Человек — главный фактор благополучия	36,4	23,0	34,3	43,7	16,5	23,60	33,55
22. Общество — главный фактор благополучия	58,9	69,0	58,7	44,9	71,2	66,45	53,55
23. Самопомощь	81,7	79,0	79,6	64,2	65,3	78,60	70,55
24. Помощь близких	45,4	46,7	40,7	65,5	38,4	35,95	49,20
25. Помощь государства	12,1	7,3	8,7	6,5	18,6	10,95	8,20
26. Прекращение реформ	18,5	17,6	23,3	10,8	35,2	28,9	24,7
27. Продолжение реформ	47,2	44,7	31,8	53,7	19,9	29,00	27,20
28. Порядок	63,1	73,4	78,2	60,3	85,7	79,05	68,30
29. Демократия	23,0	10,1	9,7	13,8	2,0	6,00	7,25
30. Обман во спасение	51,1	39,6	30,8	51,7	15,5	33,80	39,55
31. Здоровье	80,2	85,5	82,6	65,9	85,7	80,75	80,45
32. Счастье	36,1	39,4	44,0	33,9	45,4	40,60	36,90
33. Честность	39,1	39,4	40,1	29,0	48,1	33,35	28,45
34. Предприимчивость	42,6	33,4	27,3	36,1	17,3	33,20	37,85
35. Материальное благополучие	25,4	31,0	33,2	30,0	30,5	37,75	35,70
36. Применение способностей	29,0	30,3	15,8	24,6	16,6	12,30	20,60
37. Превзойти родителей	17,6	18,4	20,9	18,6	16,5	22,15	18,80

На первом этапе вторичной обработки данных получены статистические характеристики популярности ценностей для каждой из изучаемых социально-профессиональных групп. Распределение популярности ценностей близко к нормальному: наблюдается примерное равенство средних значений, моды и медианы, симметричность относительно средней, приемлемые коэффициенты асимметрии и эксцесса (>2 по абсолютной величине). Сравнение эмпирического распределения с теоретическим показало их близость к нормальному по критериям "Хи-квадрат" и Колмогорова-Смирнова. Подобное распределение свидетельствует о том, что данные обоих опросов получены в условиях, когда отсутствовали управляющие воздействия на респондентов и предвзятый отбор ценностей. Анализ однородности изучаемых социальных групп по их отношению к жизненным ценностям, проводившийся методом однофакторного дисперсионного анализа, показал, что различия групп по разбросу данных статистически значимы. Иными словами, обследованные массивы неоднородны и принадлежат к разным генеральным совокупностям. О том же свидетельствуют результаты оценки средних значений методом группового рангового анализа средних.

Статистически достоверно удалось выделить однородную "надгруппу высших" (по рейтингу среднего значения), которая включает в себя директоров, председателей колхозов, предпринимателей, фермеров, управленцев и офицеров, достаточно однородную "надгруппу низших" (также по рейтингу среднего значения), состоящую из рабочих, колхозников, бюджетников, безработных, пенсионеров и студентов. Таким образом, первая "надгруппа", принадлежащая к общей генеральной совокупности, включает новых реальных и потенциальных высокостатусных групп, тогда как вторая объединяет в основном людей с низким статусом, меньшими доходами, иным характером запросов и ценностных ориентации. Две указанные "надгруппы" образуют некий социальный континуум, сопряженный с выполнением различных общественных функций. Например, у высокостатусной "надгруппы" к числу таких функций принадлежит распоряжение собственностью, управление и престижное потребление, тогда как функции остальных групп связаны с отстранением от участия в распоряжении собственностью, подчинением, массовым потреблением.

Таким образом, дисперсионный анализ позволил статистически подтвердить существование высокостатусных и низкостатусных слоев в российском обществе. Они соответствуют полярным классам: богатых и управляющих, бедных и управляемых. Здесь важно отметить, что дисперсионный анализ не выявил в российском обществе среднего слоя, что свидетельствует о биполяризации общества в сфере ценностных ориентации.

Однофакторный дисперсионный анализ данных ВЦИОМ показал, что лишь в качестве тенденции, статистически недостоверно, можно выделить однородную "надгруппу высших" по среднему рейтингу ценностей, которая включает в себя группы руководителей и специалистов, и достаточно однородную "надгруппу низших", состоящую из рабочих, служащих, безработных и домашних хозяек, учащихся и пенсионеров. Таким образом, гипотеза о дихотомической стратификации российского общества фактически не находит статистического подтверждения по данным ВЦИОМ.

Итак, по данным ФОМ социально-профессиональные группы поляризованы на две большие "надгруппы", различающиеся по структуре ценностей, и весьма однородные внутри. Те же самые социально-профессиональные группы, согласно данным ВЦИОМ, предстают в совершенно ином свете — как монолитное сообщество со значительным сходством ценностей и интересов, особенно касающихся условий жизни семьи и стратегий поведения, но с заметной разнородностью внутри большинства, особенно в

отношении социально-политических ценностей.

Причины несогласованности, возможно, связаны с различиями в принципах отбора эмпирического материала и методах анализа данных. Так, в мониторинге ФОМ изучались, главным образом, ценности, а в мониторинге ВЦИОМ - интересы, а также потребности и стратегии поведения. Поэтому материалы обследований не совпадали. Следовательно, для сравнительного анализа по существу нет достаточных оснований.

Обследования могут быть сопоставлены лишь по небольшому числу ценностей, в основном, дополняя друг друга, так как их предметами являются два уровня - ценностей и интересов. Ценности представляют собой высший уровень регуляции социального поведения, задающий его общие ориентиры [5]. Он может определяться категориями общественного, социально-политического тезауруса. Первоначально мы исследовали 37 слов-ценностей [3], затем их набор был расширен в основном за счет добавления ценностей-качеств личности, после этого степень различий между группами значительно понизилась, но все же осталась статистически значимой. Когда же были использованы ценности более конкретного уровня, различия между социально-профессиональными группами оказались статистически незначимыми. Однако список ценностей и интересов, выбранный из бюллетеня ВЦИОМ и представленный в табл. 1, был не вполне однородным: он включал в себя понятия от наиболее частных и конкретных до наиболее общих и абстрактных. Это *ценности-условия жизни семьи* (позиции 1-11), *ценности-жизненные стратегии* (позиции 12-15 и 31-37) и *общественные ценности* (позиции 6-30).

Дополнительный анализ трех групп ценностей позволил установить, что средний рейтинг ценностей и разброс внутри групп последовательно увеличивались от первой к третьей, как это показано на рис. 1, 2, 3.

Наиболее четко дифференциация социальных групп обнаруживается на уровне абстрактных ценностей, постепенно снижается на уровне конкретных общественно значимых ценностей и жизненных стратегий и почти отсутствует в сфере конкретных интересов жизни семьи.

Таким образом, общественное сознание россиян имеет многоуровневое строение. С наибольшей эмпирической достоверностью выявляются два основных уровня: ценности, где происходит значительная поляризация общественного сознания, и интересы, характеризующиеся заметной однородностью. Интерпретируя данные обоих мониторингов в свете диспозиционной концепции В.А.Ядова [5], логично признать их результаты взаимодополнительными. Тогда можно объяснить расхождения в данных двух опросных центров тем, что данные ФОМ отражают уровень ценностей, а данные ВЦИОМ — уровень интересов.

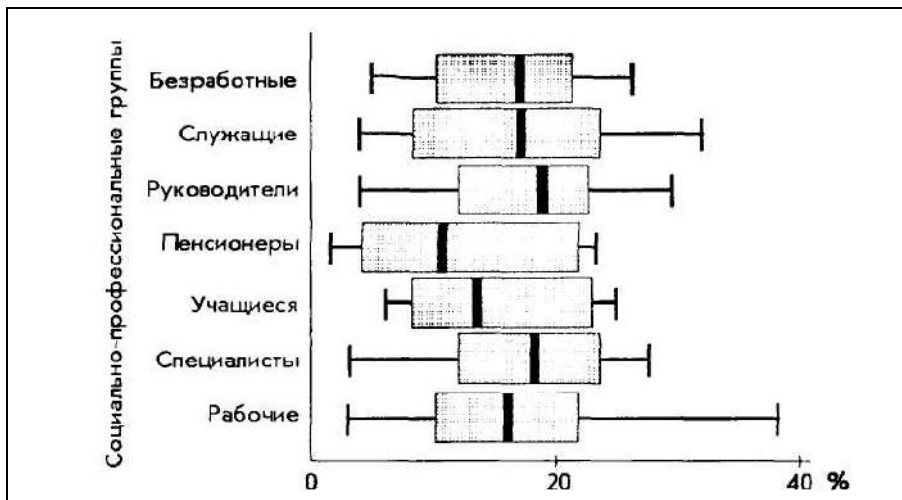


Рис. 1. Рейтинг интересов, связанных с условиями жизни семьи

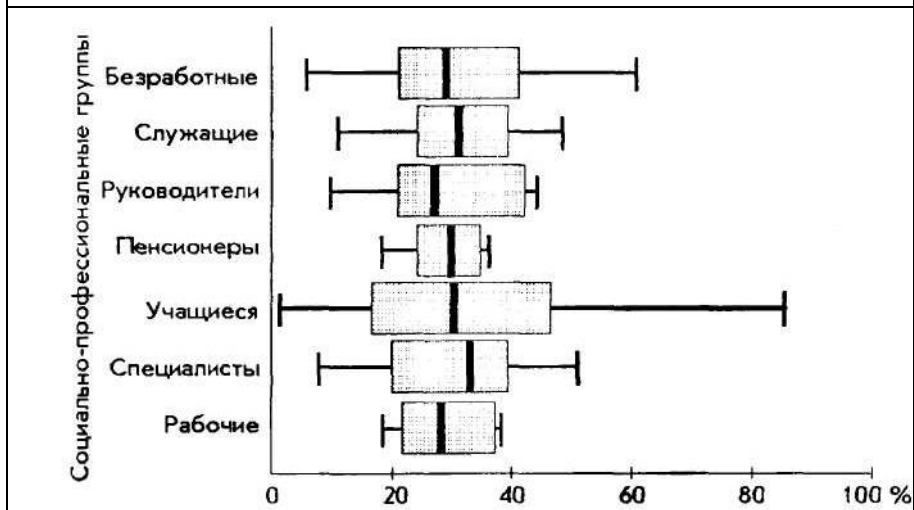


Рис. 2. Рейтинг интересов, связанных с жизненными стратегиями

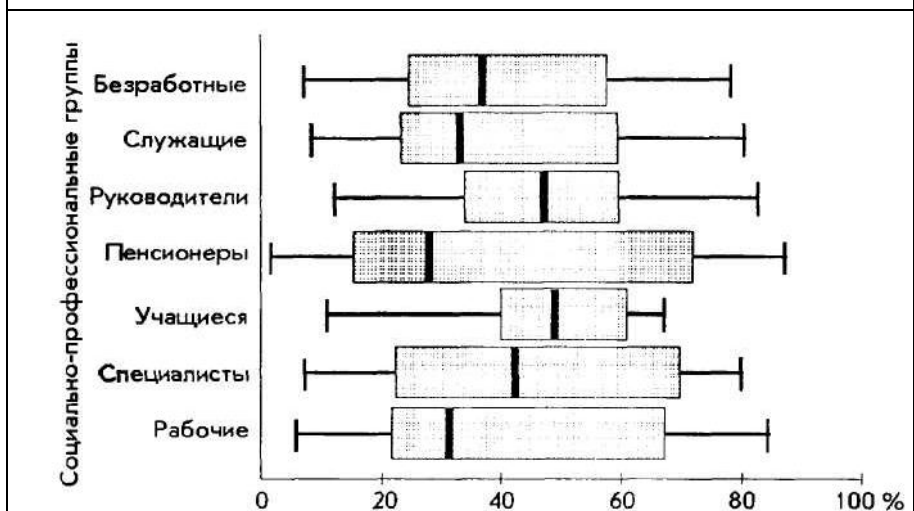


Рис. 3. Рейтинг общественных интересов

ЛИТЕРАТУРА

1. Горяинов В.П. Стратификация населения России по его отношению к жизненным ценностям в 1994 году // Социально-экономические проблемы развития общества в переходный период: Сб. трудов ИСА РАН. Вып. 1. 1995. М.: Рос. акад. наук, Ин-т системного анализа, 1995.
2. Горяинов В.П. Дихотомическая стратификация населения России на основе отношения к жизненным ценностям // Системные исследования. Ежегодник. М.: Наука, 1996.
3. Информация: I. Настроения, мнения и оценки населения // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1994. №5.
4. Клямкин И.М. Советское и западное: возможен ли синтез? // Полис. 1994. №4.
5. Ядов В.А. О диспозиционной регуляции поведения личности // Методологические проблемы социальной психологии. М.: Наука, 1975. С. 89-105.