

Е.Б. ГАЛИЦКИЙ, С.Г. КЛИМОВА

ВОЗМОЖНОСТИ ПРОЦЕДУР МНОГОМЕРНОГО СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПРИ ИЗУЧЕНИИ ЦЕННОСТНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ОБЩЕСТВА

При социологическом изучении ценностей их иерархии, как правило, постулируются. Респондентам предъявляют список из слов-ценностей, затем подсчитывают, какое из них выбиралось большее число раз, и делают вывод, например, о том, что «свобода занимает в иерархии культурных ценностей менее почетное место, чем справедливость»¹. Мы не отвергаем возможности изучения ценностей с помощью набора понятий, но полагаем, что отдельное слово в иерархии обладает гораздо меньшими объяснительными возможностями, чем слово, взятое в сочетании с другими словами. Можно предположить, что структуру ценностей образуют не иерархии, а синдромы — сочетания ценностных выборов, состоящие из центральных, ядерных представлений о том, что есть благо, и периферических ценностей. Центральные ценности — это те, между которыми обнаружена наиболее тесная связь, а периферийные — те, между которыми тоже есть положительная связь, но более слабая. При этом важно не только то, какие ценности оказались в ядре, а какие на периферии, но и то, какое сочетание ценностных приоритетов в той или иной типологической группе. Это другая, по сравнению с «иерархической», логика анализа данных.

Обычно в исследованиях отсутствуют обоснования предлагаемого респонденту набора слов-ценностей или утверждений. Ценностные

Галицкий Ефим Борисович — кандидат экономических наук, ведущий специалист Фонда «Общественное мнение», доцент Государственного университета — Высшая школа экономики. **Адрес:** 119421 Москва, ул. Обручева, 26, корп. 2. **Телефон:** (095) 745–87–65. **Электронная почта:** efim@fom.ru **Климова Светлана Гавриловна** — кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник Института социологии РАН, ведущий специалист Фонда «Общественное мнение». **Адрес:** 119421 Москва, ул. Обручева, 26, корп. 2. **Телефон:** (095) 745–87–65. **Электронная почта:** sklimova@fom.ru

Работа выполнена в Фонде «Общественное мнение» на материалах общероссийских опросов 11–15 сентября и 24–25 ноября 2001 г.

¹ Сопrotивление материала: международные нормативы на российской почве: доклад независимой группы экспертов / Отв. ред. А.Д. Богатуров, А.В. Кортунов, М.Д. Шевченко и др.; Московский общественный научный фонд; Центр конвертируемого образования. М., 1999. С. 56.

приоритеты, которые исследователи считают объективными, во многом зависят от набора стимулов. Существенно влияет на результат и характер задания. Как правило, респонденту предъявляется список слов или утверждений, из которых он выбирает самые важные.

Однако ограниченный или неограниченный выбор также существенно влияет на результат. Цель методического эксперимента заключалась в том, чтобы проверить воспроизводимость результата при различных заданиях. Если, согласно нашей гипотезе, ценностные предпочтения действительно образуют устойчивые и непротиворечивые синдромы, то при изменении задания они изменятся незначительно, останутся узнаваемыми.

Чтобы выяснить, можно ли в принципе получить устойчивые данные о ценностях с помощью перечня понятий, а также определить, как изменяются ценностные ядра в типологических группах в зависимости от задания респонденту, мы провели два массовых опроса по общероссийской выборке. Набор слов-ценностей и задание респонденту видоизменялись, но обработка данных оставалась неизменной. В обоих случаях респондентам задавался один вопрос: «Какие из перечисленных слов означают наиболее важные для вас понятия?» При этом предлагался список из 26 ценностно нагруженных понятий, апробированный в исследованиях ФОМ². В первом эксперименте респонденты выбирали любое количество слов, во втором — выбор был ограничен тремя словами.

Предварительное сравнение полученных результатов

Изменение методики сказалось на результатах опроса. Сравним частоты упоминания респондентами слов-ценностей. Эти данные иллюстрирует рис. 1, где по горизонтальной оси отложены проценты, «набранные» тем или иным словом-ценностью в первом опросе, а по вертикальной — во втором. Прямая на графике обозначает линейный тренд³. Близость большинства точек к этой прямой свидетельствует о том, что ценности, относительно часто упоминавшиеся респондентами в первом опросе, как правило, сравнительно часто упоминались и во втором. Коэффициент наклона линии тренда (0,39) показывает, что каждая из ценностей во втором опросе упоминалась в среднем почти втрое реже, чем в первом.

² «Безопасность», «демократия», «держава», «достаток», «достоинство», «духовность», «закон», «защита», «здоровье», «мир», «патриотизм», «порядок», «права человека», «религия», «свобода», «семья», «сила», «собственность», «совесть», «солидарность», «справедливость», «стабильность», «твердость (воля)», «терпимость», «труд», «успех».

³ Из содержательных соображений свободный член в уравнении прямой задан равным нулю.

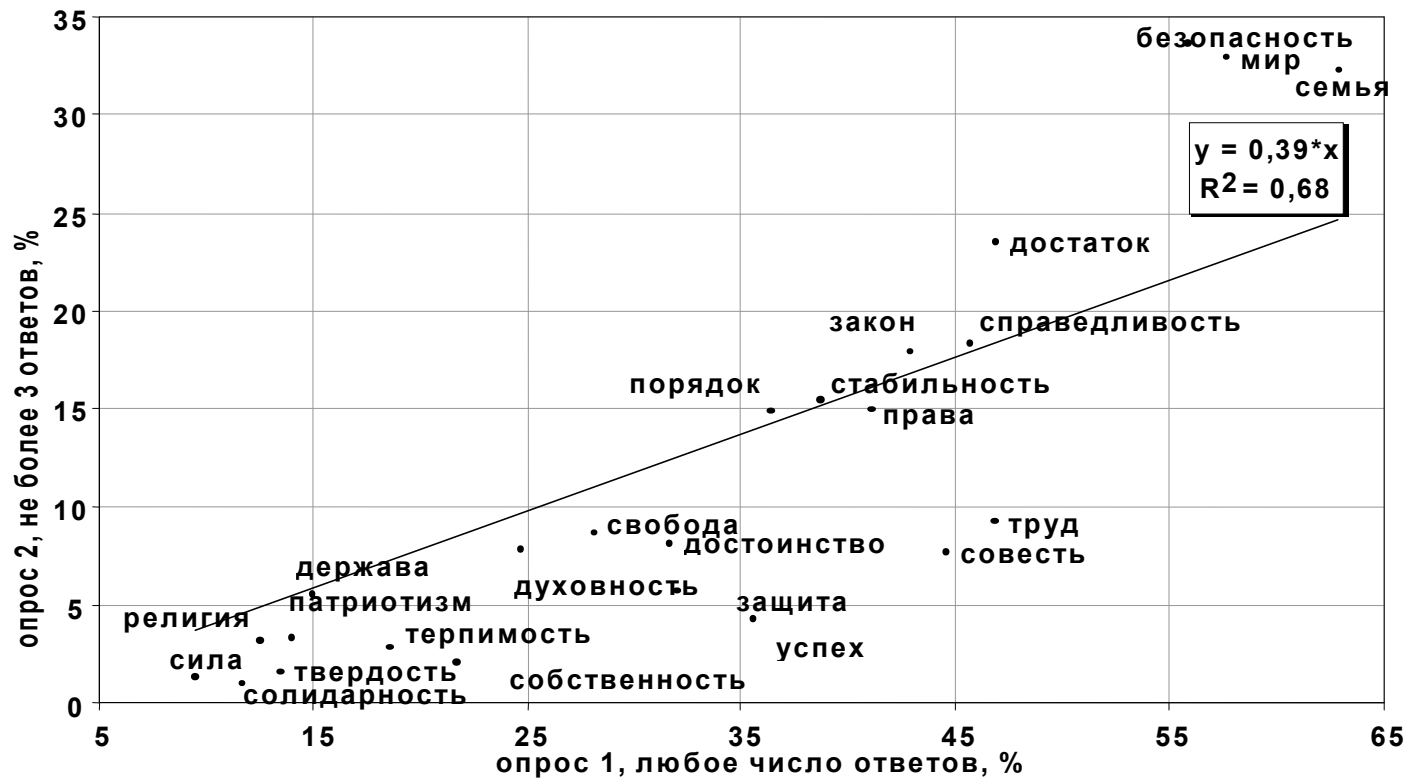


Рис. 1. Частота упоминания ценностей в первом и втором опросах

Точки, заметно удаленные от линии тренда, отражают существенные отклонения от общей закономерности. Так, на лидирующих по частоте упоминания ценностях («мир» и «семья») изменение методики опроса сказалось меньше, чем в среднем (частота их упоминания снизилась примерно вдвое, а не втрое), а на преобладающей части относительно редко упоминавшихся ценностей — больше, чем в среднем. «Рекордсменом» по зависимости частоты от методики опроса оказалось слово «собственность», частота выбора которого снизилась в десять раз — с 22% до 2,1%. В 8,3 раза реже называлось во втором опросе слово «успех», в 5,7 раза реже — «совесть», в 5,0 раз — «труд». Вероятно, меньшая значимость ценностей проявляется не только в том, что их называет меньшее число людей, но и в том, что от них легче отказываются в условиях более острой «конкуренции» между вариантами ответа⁴.

Корреляции между словами-ценностями

Как уже говорилось, нас будут интересовать не столько частоты упоминания каждой ценности по отдельности, сколько связи между ними. Эти связи проявляются в увеличении или уменьшении на общем фоне частоты выбора одной ценности у респондентов, выбравших другую⁵. Посмотрим, как же изменились связи с модификацией методики.

Начнем с первого опроса. Во-первых, когда каждый респондент мог назвать неограниченное число ценностей, проявился «эффект разговорчивости»: факт выбора респондентом какого-нибудь слова-ценности в той или иной мере повышал шансы, что он выберет и любое слово-ценность⁶. Поэтому коэффициенты корреляции между всеми словами-ценностями оказались положительными. Они колеблются в пределах от 0,07 до 0,44, составляя в среднем 0,26.

Во-вторых, даже на фоне общего влияния «эффекта разговорчивости» на связях между ценностями положительно сказался фактор, который можно назвать «эффектом смыслового сходства»: выбор любого слова-ценности существенно повышает шансы на то, что будут выбраны слова-ценности со сходным смыслом. Например, выбор респондентом слова «патриотизм» существенно повышал вероятность выбора им слова «солидарность» (коэффициент корреляции

⁴ Можно предположить, что некоторые респонденты выбрали вместо слова «совесть» слово «честь», которое при первом опросе в списке отсутствовало.

⁵ Использовался коэффициент ранговой корреляции Спирмена.

⁶ Например, среди тех респондентов, которым важна «свобода», 61% упомянули также и близкий к другому смысловому полюсу «порядок», в то время как среди тех респондентов, которым «свобода» не важна, «порядок» упомянули лишь 27%.

0,44) и слова «*держава*» (0,41); выбор слова «*сила*» повышал вероятность выбора слова «*твердость (воля)*» (0,43); выбор слова «*справедливость*» повышал вероятность выбора слова «*совесть*» (0,42) и т. д. Респонденты как бы уточняли свой выбор словами, дополняющими его смысл.

Во втором опросе «эффект разговорчивости» был элиминирован самой методикой (85% респондентов выбрали ровно три слова, остальные — меньше). Поэтому значения коэффициентов корреляции между словами-ценностями теперь колеблются от -0,15 до 0,14, составляя в среднем -0,03⁷.

Что же касается «эффекта смыслового сходства», то он сказался на связях между словами-ценностями уже не положительным, а отрицательным образом, так как выбор любого слова в условиях конкуренции между ними уже не повышал, а понижал вероятность выбора сходных по значению слов. Например: «*безопасность*» и «*мир*» (коэффициент корреляции -0,15 против 0,27 в первом опросе), «*безопасность*» и «*семья*» (-0,12 против 0,24) и т. д.

Во втором эксперименте в условиях ограниченного выбора респонденты обычно отказывались от дополняющих смысл слов-ценностей. Однако не все изменения столь однозначны, не всякий раз сильные положительные корреляции между близкими по смыслу словами заменялись на отрицательные. Например, во втором опросе отсутствует статистическая связь между словами «*справедливость*» и «*совесть*» (коэффициент корреляции 0,02 против 0,42 в первом опросе). Связь слова «*патриотизм*» со словом «*солидарность*» исчезла (0,02 против 0,44), а со словом «*держава*» осталась хоть небольшой, но положительной (0,08 против 0,41). Сохранилась положительная зависимость и между словами «*сила*» и «*твердость (воля)*» (0,14), причем с этими словами в определенной мере коррелирует вновь введенное в список слово «*честь*» (коэффициенты корреляции с этим словом составили для «*силы*» 0,11, а для «*твердости (воли)*» — 0,07). Возможно, не случаен тот факт, что положительные корреляции сохранили слова с ценностью «*силы*» в смысловом ядре. Сильные люди реже отказываются от своего выбора под влиянием ситуации.

С изменением методики опроса характер связей между словами-стимулами существенно изменился. Нельзя ли обнаружить под методическими различиями элементы устойчивой ценностной конструкции? Не обнаружатся ли в данных опросов инварианты? Мы попыта-

⁷ Среди тех, кому важна «*свобода*», во втором опросе лишь 7% упомянули также и «*порядок*», а среди тех, кому «*свобода*» не важна, «*порядок*» теперь упомянули вдвое больше респондентов — 15%. Другими словами, в этом примере ожидаемая из содержательных соображений зависимость статистически проявилась лишь во втором опросе.

лись элиминировать влияние «эффекта разговорчивости» респондентов на результаты первого опроса. Для этого мы модифицировали данные первого опроса так, будто каждому респонденту было дано задание поровну распределить некоторую фиксированную сумму (например, 100 баллов) между всеми важными для него словами-стимулами⁸. Например, если какой-либо респондент называл лишь одно слово, то этому слову приписывалась вся «энергия» его выбора (100 баллов), а если он называл десять слов, то выбор каждого из них предполагался в десять раз менее «энергичным» (мера важности каждого слова для такого респондента считалась равной уже не 100, а 10 баллам).

Характер корреляций⁹ между преобразованными шкалами слов-ценностей первого опроса свидетельствует, что его результаты стали действительно ближе к результатам второго. Значения коэффициентов корреляции между словами-стимулами теперь колеблются от -0,13 до 0,20 (примерно в тех же пределах, что и во втором опросе) и в среднем составляют -0,03. Для некоторых же пар стимулов коэффициенты корреляции стали такими или почти такими же, как во втором опросе. Например, наблюдавшаяся в первом опросе связь между словами «справедливость» и «совесть» оказалась в чистом виде результатом влияния «эффекта разговорчивости»: после того как его влияние было исключено, коэффициент корреляции между ними уменьшился с 0,42 до 0,04. Показательно, что второй опрос не зафиксировал связи между этими словами (коэффициент корреляции 0,02). Стал в точности таким же, как во втором опросе, и коэффициент корреляции между словами «патриотизм» и «держава» (0,08 против 0,41 в первом опросе до преобразования данных). Уменьшился благодаря преобразованию с 0,43 до 0,20 коэффициент корреляции между словами «сила» и «твердость (воля)» (по данным второго опроса этот коэффициент составил 0,14).

Почти во всех упоминавшихся выше случаях, когда второй опрос зафиксировал заметные отрицательные корреляции между словами-стимулами, на данных первого опроса после преобразования тоже проявилась отрицательная корреляция. Так, «безопасность» и «семья» в первом опросе до преобразования имели коэффициент корреляции 0,24, после преобразования -0,10, во втором опросе -0,12; «семья» и «закон» — 0,23, -0,11 и -0,12; «семья» и «справедливость» — 0,25, -0,12 и -0,12;

⁸ Факт выбора или невыбора слова кодировался теперь не числами «1» и «0», а числами «100/n» и «0», где n — число слов-стимулов, выбранных данным респондентом.

⁹ Поскольку шкалы ценностей стали уже не номинальными, а интервальными, между ними рассчитывались коэффициенты корреляции Пирсона.

«справедливость» и «достаток» — 0,27, -0,03 и -0,11, соответственно. На модифицированных данных выявилось еще несколько пар слов-стимулов, корреляция между которыми отрицательна. Оказалось, что и во втором опросе коэффициенты корреляции между этими словами-стимулами были отрицательными, хотя и более близкими к нулю¹⁰. Таким образом, после преобразования первого опроса ложные корреляции между словами-стимулами, порождаемые влиянием «эффекта разговорчивости», исчезли, и между результатами обоих опросов появилось много общего. А расхождения, вызванные различным проявлением в двух опросах «эффекта смыслового сходства», сохранились. Таковы, например, в модифицированных данных первого опроса довольно высокие положительные корреляции между словами «твердость (воля)» и «достоинство» (0,11); «солидарность» и «патриотизм» (0,15); «сила» и «твердость (воля)» (0,20). Во втором опросе только последняя пара из перечисленного набора имеет положительную корреляцию (0,14). Например, коэффициент корреляции между словами «безопасность» и «мир» благодаря модификации данных первого опроса уменьшился с 0,27 лишь до нуля, а не до -0,15, как следует из данных второго опроса. Все это может служить косвенным подтверждением того, что в условиях ограниченного выбора респонденты отказываются от слов, которые считают близкими по смыслу.

Картину сходства и различия коэффициентов корреляции, выявленных в двух опросах после преобразования данных первого из них¹¹, иллюстрирует рис. 2. По горизонтальной оси отложены коэффициенты корреляции между словами-стимулами, рассчитанные по модифицированным данным первого опроса, а по вертикальной — коэффициенты корреляции, рассчитанные по данным второго опроса.

Каждая точка на графике соответствует некоторой паре слов-стимулов. «Облако» вытянуто вдоль «правильно расположенной» в первом и третьем квадрантах линии тренда, то есть имеется определенное сходство между структурой взаимосвязей параметров в проведенных опросах. Но есть и различия. Можно ли выявить устойчивую типологию ответов?

¹⁰ Между словами «мир» и «твердость (воля)» в первом опросе до преобразования 0,17, после преобразования -0,12, во втором опросе -0,07; «защита» и «семья» — 0,25, -0,13 и -0,08; «достаток» и «труд» — 0,17, -0,11 и -0,09, соответственно и т. д.

¹¹ Для оценки того, как соотносятся статистические связи между словами-стимулами в обоих опросах, рассчитан коэффициент корреляции между соответствующими коэффициентами корреляции в этих опросах. Если до модификации данных он был равен 0,38, то после модификации увеличился до 0,53. Квадраты этих показателей составляют соответственно 0,14 и 0,28.

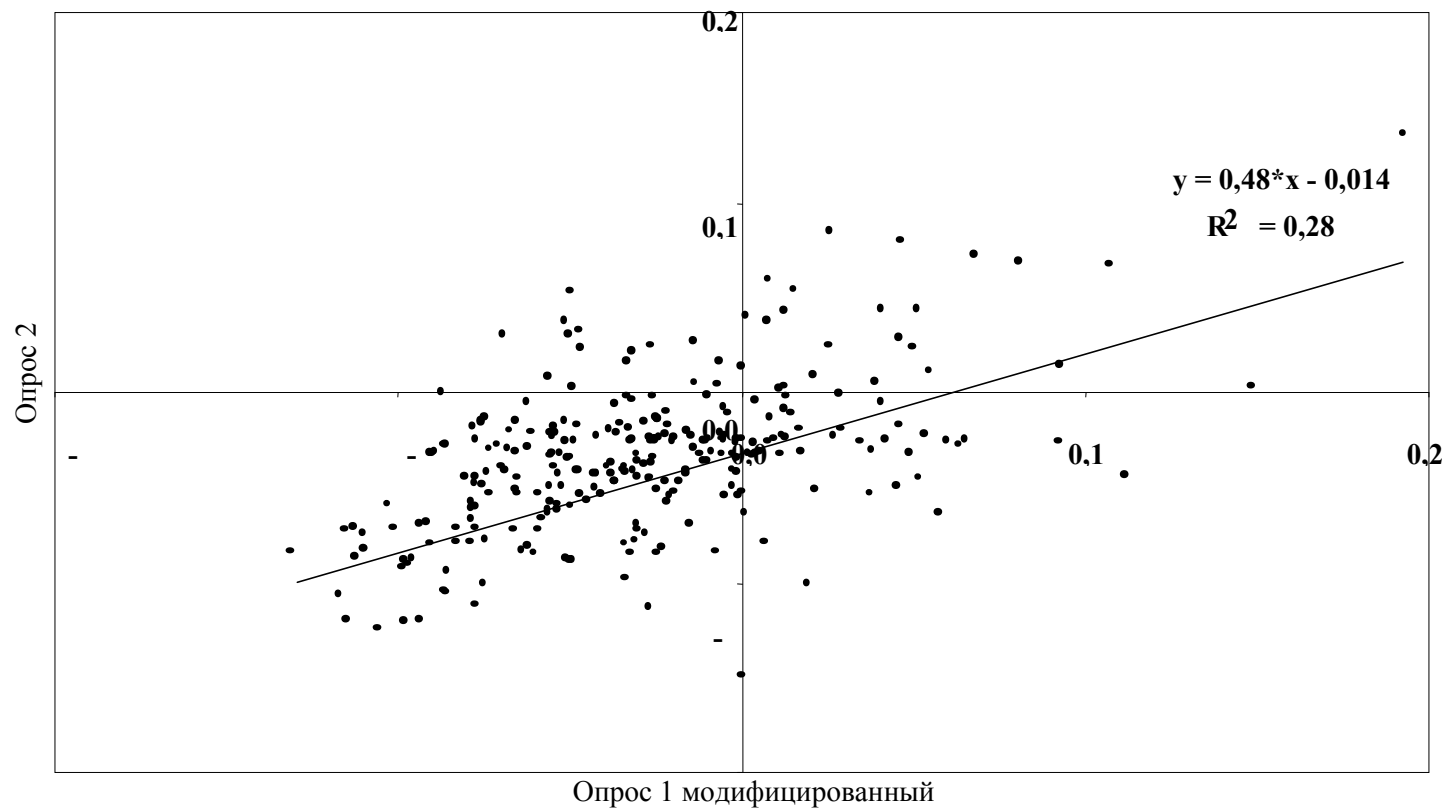


Рис. 2. Связь коэффициентов корреляции между словами в модифицированном первом и во втором опросах

Объединение данных двух опросов для многомерной обработки

Для построения устойчивой типологии мы объединили данные двух опросов в одну матрицу, столбцы которой соответствуют отдельным словам-стимулам, включенным в списки обоих опросов, а строки — респондентам. Элементами матрицы стали данные, преобразованные, как описано в предыдущем подразделе¹². Объединение данных двух опросов позволило выявить характеристики взаимосвязей, которые мало зависят от методики анкетирования.

Объединение данных двух опросов привело к взаимному погашению многих наблюдавшихся прежде разнонаправленных связей. Сохранилась лишь небольшая положительная корреляция между словами-стимулами «*твердость*» и «*сила (воля)*» (+0,15), а также небольшая отрицательная корреляция между словами-стимулами «*безопасность*» и «*труд*» (-0,13); «*безопасность*» и «*совесть*» (-0,10); «*безопасность*» и «*семья*» (-0,10); «*семья*» и «*защита*» (-0,10); «*семья*» и «*закон*» (-0,10); «*семья*» и «*права человека*» 0,10); «*семья*» и «*справедливость*» (-0,12). Отметим небольшую отрицательную корреляцию между словами-стимулами «*достаток*» и «*труд*» (-0,10).

Процедура построения типологии

В предыдущем разделе обсуждались, в частности, парные связи между словами-ценностями, выявленные по данным двух опросов. Однако представления о том, что важно или не важно, должно или недопустимо, присутствуют в сознании людей в виде субъективно непротиворечивых комплексов-синдромов. Каждый из них может включать уже не два, а большее число слов-ценностей.

Для того чтобы выяснить, кем и какие слова из списка чаще выбираются вместе, образуя тем самым более или менее непротиворечивые ценностные блоки, мы использовали комплекс процедур многомерного анализа, названный нами методом структурно-логической типологизации. Этот метод состоит в последовательном применении трех процедур. На первом этапе применяется факторный анализ (для интервальных признаков) или его аналог — анализ гомогенности *Homals* (для номинальных признаков). Эти процедуры позволяют извлечь наиболее важную информацию о связях между признаками (в данном случае — меж-

¹² Данные второго опроса тоже были преобразованы, поскольку 15% респондентов выбрали менее трех слов-ценностей. Объединить для многомерного анализа можно было данные только о тех словах-ценностях, которые присутствовали в анкетах обоих опросов, то есть обо всех, кроме слов «*демократия*», «*здоровье*» и «*честь*». После того как многомерный анализ был проведен и типология была построена, эти слова вновь учитывались в ходе анализа.

ду понятиями-ценностями) и построить относительно небольшое число факторов — количественных индикаторов ценностной ориентации¹³. На втором этапе применяется кластерный анализ (метод *K-Means*), позволяющий отыскать кластеры — «сгущения» в пространстве факторов, построенных на первом этапе.

На третьем этапе с помощью процедуры построения решающих правил (метод *C&RC* из блока *Answer Tree*) отыскиваются сочетания ответов (в данном случае — выборов или невыборов нескольких определенных ценностно нагруженных слов из списка), которые наиболее характерны для составляющих кластер респондентов¹⁴. Множеству респондентов, выбравших такое наиболее характерное для кластера сочетание слов-стимулов, мы дали название ядра кластера. (Каждое ядро наряду с представителями «своего» кластера может содержать и относительно небольшое число респондентов из других кластеров.) Рассмотрим ядра кластеров, исключив из них предварительно тех, как правило, очень немногочисленных, респондентов, которые оказались «зачисленными» в ядра двух или более кластеров.

Каждое из этих ядер можно построить по простой логической формуле. Какие-то слова из списка выбирают все без исключения представители ядра, а какие-то — ни один из них. Поэтому, во-первых, зная ядра, можно понять принцип формирования кластеров, следовательно, выявить структуру ценностных ориентаций респондентов.

Во-вторых, при проведении повторного опроса с использованием той же методики можно построить ядра по выявленным ранее логическим формулам. Если бы типологизация респондентов завершалась построением не ядер, а кластеров, нужно было бы вновь строить факторы и кластеры. А поскольку новые кластеры всегда в той или иной степени отличались бы от прежних (даже при сохранении их числа и общих особенностей), то говорить о динамике их размеров и состава не представлялось бы возможным.

Еще раз подчеркнем, что строить ядра по ранее найденным логическим формулам можно лишь при фиксированной методике опроса. В нашем же случае методика изменилась. Поэтому первый и второй этапы описанной выше схемы анализа (построение факторов и кластеров) про-

¹³ При используемой нами структурной типологизации списка слов многомерное шкалирование, по сути, заменяет процедуру факторного анализа, который, строго говоря, неприменим для обработки номинальных признаков. В то же время наш опыт свидетельствует о том, что в случае, когда данные признаки являются бинарными, результаты применения этих процедур очень близки.

¹⁴ Сочетание высказываний считается наиболее характерным для кластера, если среди лиц, ответивших таким образом, доля представителей кластера близка к единице.

водились на объединенных данных двух опросов. Это позволило выявить универсальную, мало зависящую от методики опроса структуру «ценностного поля». Третий этап (построение ядер) был отдельным для каждого опроса. В результате мы получили не один, а два набора ядер. В дальнейшем для изучения динамики ценностных ориентаций можно использовать первый или второй набор в зависимости от используемой методики опроса.

Факторы ценностных ориентаций

Факторный анализ осуществлялся, как указано выше, на объединенных данных двух опросов. Опробовались варианты построения от одного до 13 факторов (рис. 3)¹⁵. Во избежание излишней детализации, а также в соответствии с известным «правилом спинки кресла» (после пяти факторов на кривой наблюдается небольшой практически горизонтальный участок), было решено ограничиться пятью факторами. В совокупности они объясняют четверть (26,4%) дисперсии материала.

Структура ценностных ориентаций представлялась в пятимерном пространстве факторов. Чтобы смысл осей лучше интерпретировался, оси были повернуты таким образом, чтобы каждая из них как можно сильнее коррелировала с одними словами-стимулами и как можно слабее — с другими¹⁶.

Эти новые оси, а не первоначально построенные факторы, в дальнейшем и рассматривались в качестве факторов. Они действительно оказались хорошо интерпретируемыми. Коэффициенты корреляции каждого фактора с отдельными словами-стимулами показаны в табл. 1. Положительные и отрицательные коэффициенты, модуль которых составляет не менее 0,4, выделены соответственно полужирным шрифтом и подчеркнутым курсивом. В каждой строке таблицы выделены рамками клетки с наибольшими по модулю коэффициентами.

Анализ корреляций показывает, что выявленные факторы достаточно осмысленны. Например, корреляции с первым фактором означают, что люди, для которых важны прежде всего «совесть» и «справедливость», и люди, для которых наиболее значимы «стабильность» и «безопасность», — как правило, разные. Первые характеризуются большим положительным, вторые — большим отрицательным значением этого фактора.

¹⁵ Дисперсия, объясняемая 14-м и последующими факторами, меньше дисперсии, приходящейся в среднем на один параметр.

¹⁶ Вращение проводилось методом *Direct Oblimin*. Допускались небольшие (в результате — не более 0,053) отклонения от ортогональности факторов путем задания параметра $\Delta = -3$.

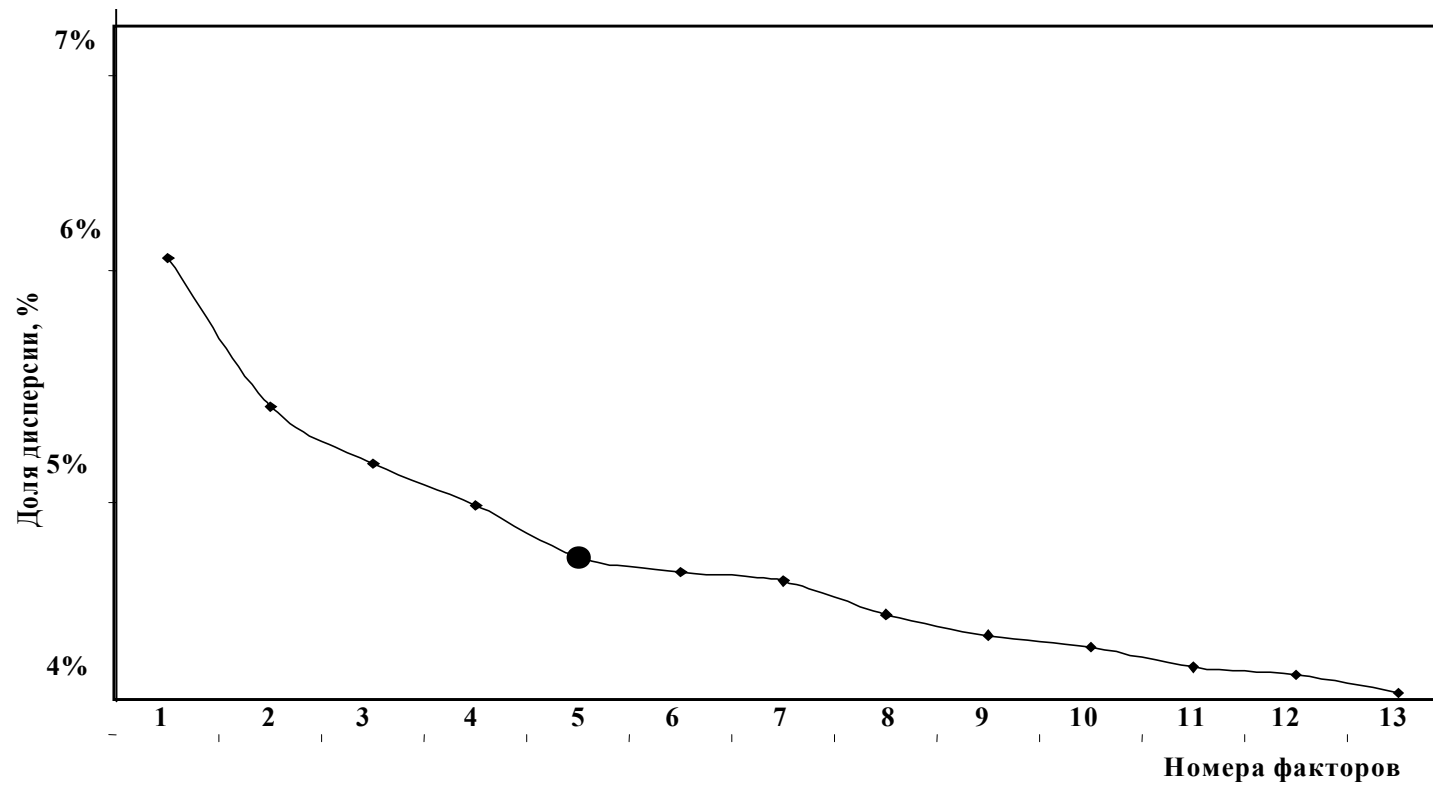


Рис. 3. Доли дисперсии, объясняемые каждым из факторов

Таблица 1

Коэффициенты корреляции между факторами и словами-стимулами по общим результатам двух опросов

	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4	Фактор 5
--	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Слова-стимулы, коррелирующие преимущественно с фактором 1

Совесть	0,53	-0,02	0,03	0,01	0,00
Справедливость	0,48	0,26	-0,17	-0,16	-0,14
Стабильность	-0,40	-0,01	-0,08	-0,07	0,02
Безопасность	-0,40	0,30	0,06	-0,12	-0,32
Достаток	-0,32	-0,06	0,01	-0,11	-0,10
Труд	0,23	-0,13	-0,22	-0,07	0,20

Слова-стимулы, коррелирующие преимущественно с фактором 2

Семья	-0,18	-0,68	-0,13	0,09	-0,12
Мир	0,08	-0,46	0,13	-0,32	-0,21
Права человека	-0,19	0,41	-0,11	0,10	-0,13
Защита	0,11	0,25	-0,02	-0,06	-0,02

Слова-стимулы, коррелирующие преимущественно с фактором 3

Успех	0,04	0,04	-0,53	0,13	0,26
Держава	-0,08	0,05	0,43	0,15	0,13
Свобода	-0,01	0,16	-0,42	0,24	0,05
Патриотизм	0,06	0,14	0,40	0,18	0,29
Закон	-0,14	0,28	0,32	-0,12	0,03
Религия	0,15	-0,08	0,24	0,17	0,06

Слова-стимулы, коррелирующие преимущественно с фактором 4

Порядок	0,12	0,12	0,09	-0,54	0,08
Духовность	0,24	-0,13	0,21	0,50	-0,14
Достоинство	0,05	0,07	0,09	0,48	0,06
Терпимость	0,22	-0,03	-0,10	0,31	0,03

Слова-стимулы, коррелирующие преимущественно с фактором 5

Сила	-0,07	-0,07	0,01	-0,01	0,56
Твердость (воля)	0,10	-0,01	-0,03	-0,01	0,56
Солидарность	0,10	0,03	0,14	-0,03	0,37
Собственность	-0,10	0,11	-0,23	0,06	0,31

Понятия сгруппировались в факторы следующим образом:

фактор 1: «совесть» и «справедливость», а не «стабильность», «безопасность» и «достаток»;

фактор 2: «права человека», а не «семья» и «мир»;

фактор 3: «держава», «патриотизм» и «закон», а не «успех» и «свобода»;

фактор 4: «духовность» «достоинство», а не «порядок»;

фактор 5: «сила» и «твердость (воля)».

Кластеры ценностных ориентаций

На следующем этапе обработки данных в пространстве пяти факторов устанавливались «сгущения» с помощью кластерного анализа¹⁷. Мы пробовали выделить от двух до восьми кластеров. На рис. 4 показано, как по мере роста числа кластеров снижалась остаточная дисперсия данных, то есть средний квадрат отклонений точек, соответствующих отдельным респондентам, от центров «своих» кластеров.

Пользуясь «правилом спинки кресла», целесообразно остановиться на шести кластерах: при переходе к семи кластерам на кривой явно выражен пологий участок. Другой довод в пользу выбора шести кластеров дает анализ матриц сопряженности векторов двух последовательных классификаций.

При переходе от пяти кластеров к шести (и только при этом переходе) три кластера сохраняются без изменений практически полностью, четвертый — на две трети, пятый разбивается на две практически равные части. Это свидетельствует об устойчивости, а следовательно — о неслучайном характере разбиения множества респондентов именно на шесть кластеров.

Приведем данные о размере кластеров¹⁸:

	Опрос 1	Опрос 2	Оба опроса
Кластер 1	3,6%	3,7%	3,7%
Кластер 2	19,7%	13,0%	16,3%
Кластер 3	16,3%	19,0%	17,7%
Кластер 4	21,5%	15,5%	18,5%
Кластер 5	16,3%	23,8%	20,0%
Кластер 6	20,3%	22,1%	21,2%

¹⁷ Учитывая различия в методиках проведения двух опросов, перед проведением кластерного анализа данные были вновь преобразованы: каждый фактор центрировался и нормировался отдельно в каждом опросе.

¹⁸ Кроме того, в первом опросе не выбрали ни одного слова 2,3% респондентов, во втором — 2,8%, что составило в среднем 2,6%.

Соотношение размеров первого, четвертого и шестого кластеров, по данным двух опросов, оказалось очень близким, а остальных — не слишком различным. Относительная устойчивость разбиения в обоих опросах — свидетельство того, что нам удалось выявить более или менее стабильные ценностные синдромы¹⁹.

Респонденты, отнесенные к разным кластерам, заметно различаются по ценностным ориентациям²⁰. В табл. 2 приведены доли выбравших каждое из слов-стимулов среди представителей разных кластеров. Полужирным шрифтом выделены наибольшие среди всех кластеров доли. Данные показывают, что в каждый кластер попал свой, внутренне непротиворечивый набор слов-ценностей. В кластере 1 в каждом из опросов доминировал выбор слов «*твердость (воля)*», «*сила*» и «*солидарность*». В первом опросе представители этого кластера чаще, чем в среднем, выбирали и «*патриотизм*». Если анализировать только выбираемые ценности, получится образ сильного человека, патриота, готового объединяться с другими людьми. Обратим внимание на те ценности, которые не выбираются. В первом опросе существенно реже (стандартизованное отклонение –3 и ниже) представители кластера выбирают слова «*безопасность*», «*здоровье*», «*мир*», «*семья*» и «*справедливость*»²¹. Во втором опросе слово «*безопасность*» тоже встречается существенно реже, а «*мир*» и «*семья*» — относительно редко (стандартизованное отклонение –2 и ниже). То, что эти люди пренебрегают безопасностью, понятно: они — сильные. Но пренебрежение «*семьей*» и «*справедливостью*» требует дополнительных объяснений.

Посмотрим, какие еще слова встречаются относительно редко. В первом опросе (где можно было назвать любое число слов) это «*совесть*», «*духовность*», «*демократия*», «*достаток*», «*права человека*», «*религия*», «*стабильность*». Относительно редко встречающиеся слова дополняют картину: в этом кластере мы имеем дело с декларацией ценности силы, не обремененной моралью. Назовем этот кластер кластером «*сила*».

¹⁹ Вполне могло оказаться, что алгоритм, направленный на отыскание сходства и различия в ответах респондентов, «замечит» прежде всего различия в методике опроса, то есть что одни кластеры будут состоять почти исключительно из участников первого опроса, а другие — из участников второго. Этого не случилось, а следовательно, преобразование данных оказалось удачным.

²⁰ Исключены из анализа 2,6% лиц, не назвавших ни одного слова.

²¹ [Здесь и далее под стандартизованным отклонением понимается разница между фактическим числом наблюдений в клетке таблицы сопряженности и тем числом наблюдений, которого можно было бы в ней ожидать, если бы распределение ответов по строке таблицы не зависело от номера столбца, деленная на ожидаемое число наблюдений.](#)

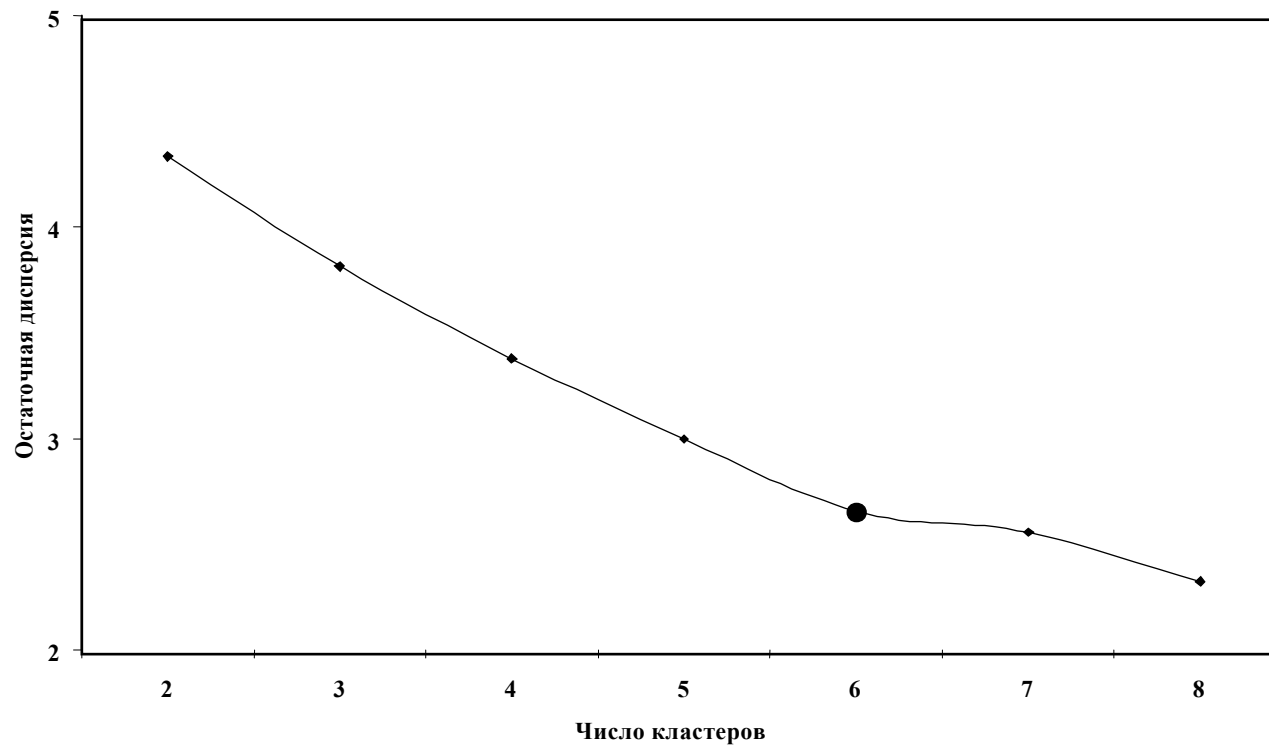


Рис. 4. Остаточная дисперсия в зависимости от числа кластеров

Таблица 2

Ценностный выбор представителей разных кластеров по общим результатам двух опросов, % по столбцу

	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4	Кластер 5	Кластер 6
Твердость (воля)	51,0	13,8	16,2	1,3	0,1	0,9
Сила	44,6	8,8	11,4	0,1	0,3	0,9
Солидарность	31,5	5,1	18,0	4,1	0,0	1,5
Успех	22,3	61,3	22,7	11,6	4,2	9,5
Свобода	13,2	56,5	25,8	7,0	2,3	10,1
Труд	25,7	47,1	37,0	35,5	18,1	12,3
Собственность	16,4	34,1	17,8	2,7	0,8	8,5
Достоинство	16,1	31,0	54,7	6,4	3,3	10,6
Духовность	7,1	14,0	54,0	6,7	7,6	4,5
Патриотизм	16,7	1,5	37,7	1,8	0,0	2,2
Держава	10,0	2,6	35,1	1,2	2,8	10,0
Защита	11,3	25,7	30,4	21,5	1,7	21,0
Терпимость	8,0	21,5	28,3	7,2	1,6	0,4
Религия	2,7	5,2	26,7	6,8	2,4	1,2
Справедливость	23,6	40,4	41,7	60,5	5,5	22,8
Совесть	18,1	33,9	44,0	49,2	7,2	7,9
Порядок	27,5	23,1	28,0	43,5	10,7	26,7
Семья	26,0	57,6	52,5	37,6	78,8	22,2
Мир	24,2	42,0	46,7	54,1	62,0	30,7
Достаток	19,9	40,0	39,7	20,9	41,0	39,5
Безопасность	17,8	46,2	47,0	29,2	33,3	73,4
Права человека	19,0	45,2	35,5	14,8	4,2	46,0
Закон	21,3	28,1	43,0	25,0	14,2	45,4
Стабильность	19,9	35,7	33,9	9,6	23,1	36,5

Кластер 1 включает в основном молодых, 18–30-летних, людей (они особенно явно заявили себя как «силовики» в первом опросе: 42%, отклонение +2,6), мужчин (76%, отклонение +4,4 для первого опроса и 62%, +2,3 — для второго). По данным обоих опросов, они имеют среднее общее образование несколько чаще, чем по всей выборке (41%, +1,3 и 48%, +2,0). Выбор комплекса «силы» характерен для рабочих (отклонение +2,7 для первого опроса, +1,4 — для второго), а также лиц, заня-

тых в сфере услуг или торговли (+1,4 и +3,1). По уровню дохода и типам населенных пунктов значимых отклонений от выборки нет.

Для **кластера 2** и в первом, и во втором опросе характерен набор ценностей, который можно назвать комплексом «благополучных». В обоих случаях это «права человека», «свобода», «собственность», «терпимость», «труд» и «успех». Обратим внимание, что среди приоритетных оказалось слово «собственность», а не «достаток».

В первом опросе, когда мы не ограничивали число выборов, существенно чаще, как и у «силовиков», встречаются слова, выражающие ценности сильного человека («защита», «сила», «стабильность», «твердость (сила)'). Но они дополняются выбором слов, означающих нравственные ограничители индивидуальных свобод («совесть», «справедливость», «достоинство»). Примечательно, что перечисленные нравственные ценности «благополучные» не соотносят с «религией» — словом, которое встречается в обоих опросах относительно редко. В этом кластере значимы также ценности частной жизни, которых не было у «силовиков» («здоровье», «семья»). А слова с патриотической окраской, по всей видимости, находятся за пределами описываемого набора. В первом опросе существенно реже встречаются ценности «держава» и «патриотизм», во втором — также «закон» и «мир». Кроме того, во втором опросе представители рассматриваемого кластера относительно редко выбирают слова «безопасность», «духовность», «совесть». Похоже, что в ситуации ограниченного выбора эти слова были отвергнуты как близкие по смыслу «правам человека» и «терпимости».

«Благополучные», как и «силовики» — это чаще, чем в среднем, мужчины в возрасте 18–30 лет. Но уровень образования у них выше. Несколько больше, чем в среднем, здесь студентов и работников образования и культуры. Поданным второго опроса, представители второго кластера чаще встречаются в крупных городах (+2,7). В первом опросе значимых отклонений по типам населенных пунктов не обнаружилось.

Кластер 3 включает ценности порядка и его моральных оснований. В обоих опросах это «мир», «порядок», «совесть», «справедливость». Данный набор слов описывает условия повседневной упорядоченной жизни: отсутствие внешних и внутренних угроз, отношения между людьми «по совести» и «по справедливости». В обоих опросах представители кластера 3 не выбирают ни «державно-патриотические» идеологии («держава», «патриотизм», «духовность»), ни «либерально-универсалистские» («права человека», «свобода», «собственность», «успех»). Кроме того, отсеиваются слова, близкие по смыслу выбранным: «безопасность» и «стабильность» в обоих опросах замещаются, видимо, «миром» и «порядком»; «достоинство» — «совестью». Отвергаются также слова из «комплекса силы»: «твердость (воля)» и «сила». Отвергаемые ценности дополняют портрет группы, составляющей данный кластер: это люди с неартикулированной идеологической позицией.

Осталось непонятным, почему в данном случае в обоих опросах реже выбираются «*достаток*» и «*семья*». Казалось бы, они естественным образом дополняют перечень выбранных слов. Можно предположить, что для представителей кластера со сферами «*достатка*» и «*семьи*» не связаны остро ощутимые проблемы. Тем не менее, мы назвали эту группу «депривированные», потому что те, кто в нее входит, по-видимому, озабочены, прежде всего, незащищенностью от возможных несправедливостей и общей нестабильностью.

К данному кластеру относятся в первую очередь люди старше 50 лет (+5,2 в первом опросе, и +4,0 — во втором), пенсионеры (+4,3 в первом опросе и +4,6 — во втором), а также лица с низким уровнем образования (в первом опросе +3,6 для имеющих начальное образование и ниже; +3,2 для имеющих неполное среднее; -3,6 для имеющих высшее; во втором опросе соответственно: +3,7; +5,1; -2,4). Значимых отличий по доходу и типу населенного пункта в данном случае нет.

В **кластере 4** в обоих опросах представлены слова, означающие по преимуществу идентичность со страной и выражающие примерно тот набор ценностей, который характерен для апелляций к патриотизму («*держава*», «*достоинство*», «*духовность*», «*патриотизм*», «*религия*», «*терпимость*»). В первом опросе, при неограниченном выборе, присутствуют еще три ценностных комплекса: имеющий либерально-демократическую окраску («*демократия*», «*закон*», «*права человека*», «*свобода*», «*собственность*»); означающий социальную защищенность («*безопасность*», «*защита*», «*мир*», «*порядок*», «*сила*», «*солидарность*», «*справедливость*», «*стабильность*», «*твердость*»); ориентированный на сферу частной жизни («*достаток*», «*здоровье*», «*семья*», «*труд*»). По доминирующим ценностям мы назвали представителей этого кластера «патриотами». Ценности патриотизма здесь не альтернативны по отношению к либерально-демократическим (и некоторым другим). Но в условиях ограниченного выбора респонденты, входящие в данный кластер, отдают предпочтение первому из указанных ценностных комплексов. Соответственно, они начинают реже выбирать слова из «либерально-демократического» набора («*права человека*», «*свобода*», «*успех*») и вовсе отказываются от слов, несущих идею социальной защищенности («*безопасность*», «*справедливость*») а также утверждающих ценности частной жизни («*достаток*», «*семья*», «*труд*»). Можно предположить, что «патриотические» идеологемы в этом случае усвоены прочнее любых иных. Кроме того, и здесь срабатывает механизм отказа от «похожих» слов («*держава*», например, может предполагать «*безопасность*», а «*достоинство*» служить заменителем «*прав человека*»). Социально-демографические характеристики лиц, входящих в данный кластер, сходны в обоих опросах. Гендерных особенностей в нем не зафиксировано. Что касается соотношения возрастных групп, то в первом опросе обнаружилась некоторая тенденция к преобладанию людей старшего возраста, а во втором она стала явной: людей старше 50 лет среди «пат-

риотов» — 50% (отклонение +3,6). Для сравнения: среди тяготеющих к либерально-демократическим ценностям «благополучных» лица старшего возраста составляют только 19% (–6,8). Естественно, чаще это пенсионеры (+3,2). Лиц с высшим или незаконченным высшим образованием среди «патриотов» больше, чем в среднем (+3,8 в первом опросе и +2,8 — во втором), и опять-таки больше, чем среди «благополучных». Похоже, «патриотов» меньше в селах (–2,9 в первом опросе и –3,6 — во втором).

В **кластере 5** в обоих опросах доминируют ценности «мир» и «семья». Этот, условно говоря, «обывательский» выбор сопровождается невыбором ряда слов-ценностей, прежде всего, либерально-демократических идеологием («права человека», «закон», «свобода», «собственность», «терпимость», «успех»). Для тех, кто представляет рассматриваемый кластер, такого рода ценности неактуальны, как, впрочем, и ценности, входящие в «патриотический» комплекс. В обоих опросах слова «держава», «патриотизм», «религия» выбираются существенно или несколько реже, чем в среднем по выборке. Главное здесь — ценности, связанные с «семьей» и обеспечением условий ее выживания («мир»). Среди «обывателей» больше женщин (61% в первом опросе и 63% — во втором), представителей средней (31–50 лет) возрастной группы (44%, отклонение +2,1 в первом опросе; 43%, +3,1 — во втором). Причем, согласно данным второго опроса, это сравнительно чаще домохозяйки (+3,4).

Кластер 6 в обоих опросах включает слова, ориентированные в значительной мере на ценности социальной защищенности («безопасность», «права человека», «закон», «стабильность»). Во втором опросе к этому набору добавляются слова из того же смыслового ряда: «доставка», «защита», «порядок».

Невыбранными в обоих опросах оказались слова из «комплекса силы» («сила», «твердость /воля»); из «патриотического» комплекса («патриотизм», «религия», «духовность»); моральные ценности («совестность», «справедливость») и некоторые элементы «либерально-демократического» набора («свобода», «успех»).

Ценностный синдром, образовавший этот кластер, близок к тому, который характерен для «депривированных». В самом деле, там — «мир», «порядок», «справедливость», здесь — «безопасность», «закон», «права человека». Создается впечатление, что представители этого кластера освоили «демократический» словарь, но лишь в той мере, в какой содержащиеся в нем идеологемы имеют непосредственное отношение к их повседневной жизни. В своем стремлении к социальной защищенности они апеллируют к ценностям демократии, демократического государства. Поэтому мы назвали их «законниками». Чаще это мужчины (в первом опросе 55%, отклонение +3,4, во втором — 53%, отклонение +2,3). По другим социально-демографическим характеристикам значи-

мых отличий в данном кластере не обнаружено. В этом смысле похоже, что «законник» — это типичный средний россиянин.

Построение ядер кластеров

Следующим этапом анализа стало построение для каждого кластера одного или двух ядер. Ядра строились для того, чтобы уточнить, сделать более явными свойства кластера. Предполагалось, что ценностные и социально-демографические характеристики каждого кластера в ядре не только не будут противоречить характеристикам всего кластера, но и окажутся более четкими.

Ядра формировались для каждого опроса независимо, поскольку логические формулы такого рода при разном числе допустимых вариантов ответа не могут быть одинаковыми. Ядро кластера строилось следующим образом. Отыскивалось индикаторное слово, обладающее наибольшей различительной способностью, то есть такое, которое назвали (или, напротив, не назвали), большинство представителей кластера.

Респонденты, не прошедшие этот фильтр, отсекались. Таким образом, на первом шаге построения ядра оставались только те участники опроса, которые назвали (или, напротив, не назвали) первое индикаторное слово.

На следующих шагах такая же процедура фильтрации повторялась для других слов. В результате оказывалось, что ядро кластера представляет собой совокупность таких респондентов, которые в 100% случаев назвали (либо, напротив, не назвали) определенные индикаторные слова. Например, ядро кластера составляют такие респонденты, каждый из которых в своих ответах назвал «свободу», «собственность», «успех», и при этом не выбрал ни «державу» ни «патриотизм».

Почти все они (в приводимом нами примере — 95%) в первом опросе являются представителями второго кластера. Именно в этом смысле присущие всем представителям ядра выборы и невыборы можно считать наиболее типичными для данного кластера. В большинстве кластеров с помощью такой процедуры можно получить по два ядра.

Например, для одного из кластеров первое ядро составили те, кто выбрал слова «совесть» и «справедливость», а второе — те, кто назвал «совесть» и не назвал «справедливость». И в первом, и во втором случае каждая выбранная (или, напротив, невыбранная) позиция характеризует все 100% респондентов, вошедших в ядро кластера.

По одному ядру обнаружено лишь в первом кластере (в обоих опросах), в пятом (во втором опросе) и в шестом (в первом опросе). Случай с двумя ядрами помогает выделить подтипы в кластере. Результаты анализа представлены в табл. 3 и 4.

Таблица 3

Ядра кластеров первого опроса*

Кластер (№)	Ядро, доля в выборке, %	Доля кластера в ядре, %	Обязательный выбор/невыбор	Частый/редкий выбор
1	я1_1 (2,1)	84	выбирают: « <i>твёрдость (воля)</i> », или « <i>сила</i> », или « <i>солидарность</i> »; не выбирают: « <i>семья</i> »; « <i>совесть</i> »	часто выбирают: нет; редко выбирают: « <i>безопасность</i> »; « <i>достоинство</i> »; « <i>духовность</i> »; « <i>здоровье</i> »; « <i>мир</i> »; « <i>права человека</i> »; « <i>религия</i> »; « <i>справедливость</i> »; « <i>стабильность</i> »; « <i>терпимость</i> »; « <i>труд</i> »
2	я2_1 (5,5)	95	выбирают: « <i>свобода</i> »; « <i>собственность</i> »; « <i>успех</i> »; не выбирают: « <i>держава</i> »; « <i>патриотизм</i> »	часто выбирают: « <i>безопасность</i> »; « <i>достаток</i> »; « <i>достоинство</i> »; « <i>духовность</i> »; « <i>закон</i> »; « <i>защита</i> »; « <i>здоровье</i> »; « <i>мир</i> »; « <i>порядок</i> »; « <i>права человека</i> »; « <i>религия</i> »; « <i>семья</i> »; « <i>сила</i> »; « <i>совесть</i> »; « <i>солидарность</i> »; « <i>справедливость</i> »; « <i>труд</i> »; « <i>стабильность</i> »; « <i>твёрдость</i> »; « <i>терпимость</i> »
	я2_2 (2,1)	91	выбирают: « <i>свобода</i> »; « <i>успех</i> »; не выбирают: « <i>держава</i> »; « <i>патриотизм</i> »; « <i>порядок</i> »; « <i>собственность</i> »	часто выбирают: « <i>здоровье</i> » редко выбирают: нет
3	я3_1 (5,7)	84	выбирают: « <i>совесть</i> »; « <i>справедливость</i> »; не выбирают: « <i>достоинство</i> »; « <i>держава</i> »; « <i>стабильность</i> »; « <i>собственность</i> »	часто выбирают: « <i>достаток</i> »; « <i>семья</i> »; редко выбирают: « <i>духовность</i> »; « <i>патриотизм</i> »; « <i>свобода</i> »

* В столбце «Обязательный выбор/невыбор» приведены слова, которые либо выбирают все представители ядра, либо не выбирает никто из них. Таким образом, этот столбец содержит определяющие характеристики, своего рода «фильтры», по которым построены ядра кластеров. В столбце «Частый/редкий выбор» приведены выявленные при рассмотрении уже построенных ядер слова со стандартизированным отклонением от данных по выборке (+2 и выше; -2 и ниже). Подчеркиванием слова в таблицах показано наиболее ярко выраженное отклонение (+3 и выше; -3 и ниже).

Продолжение таблицы 3

	я3_2 (1,9)	84	выбирают: « <u>совесть</u> » не выбирают: « <u>достоинство</u> »; « <u>духовность</u> »; « <u>справедливость</u> »; « <u>стабильность</u> »; « <u>семья</u> »	редко выбирают: « <u>безопасность</u> »; « <u>держава</u> »; « <u>закон</u> »; « <u>защита</u> »; « <u>здоровье</u> »; « <u>патриотизм</u> »; « <u>права человека</u> »; « <u>свобода</u> »; « <u>сила</u> »; « <u>собственность</u> »; « <u>терпимость</u> »
4	я4_1 (9,1)	95	выбирают: « <u>достоинство</u> »; « <u>патриотизм</u> »	часто выбирают: « <u>безопасность</u> »; « <u>успех</u> »; « <u>демократия</u> »; « <u>держава</u> »; « <u>достаток</u> »; « <u>духовность</u> »; « <u>закон</u> »; « <u>защита</u> »; « <u>здоровье</u> »; « <u>мир</u> »; « <u>порядок</u> »; « <u>права человека</u> »; « <u>религия</u> »; « <u>труд</u> »; « <u>свобода</u> »; « <u>семья</u> »; « <u>сила</u> »; « <u>собственность</u> »; « <u>совесть</u> »; « <u>солидарность</u> »; « <u>справедливость</u> »; « <u>стабильность</u> »; « <u>твердость</u> »; « <u>терпимость</u> »
	я4_2 (2,9)	84	выбирают: « <u>держава</u> »; « <u>духовность</u> » не выбирают: « <u>патриотизм</u> »	часто выбирают: « <u>безопасность</u> »; « <u>демократия</u> »; « <u>достаток</u> »; « <u>достоинство</u> »; « <u>духовность</u> »; « <u>закон</u> »; « <u>защита</u> »; « <u>здоровье</u> »; « <u>мир</u> »; « <u>порядок</u> »; « <u>права человека</u> »; « <u>религия</u> »; « <u>семья</u> »; « <u>собственность</u> »; « <u>совесть</u> »; « <u>солидарность</u> »; « <u>справедливость</u> »; « <u>стабильность</u> »; « <u>твердость</u> »; « <u>терпимость</u> » редко выбирают: нет
5	я5_1 (8,6)	88	выбирают: « <u>семья</u> » не выбирают: « <u>достоинство</u> »; « <u>закон</u> »; « <u>права человека</u> »; « <u>свобода</u> »; « <u>справедливость</u> »; « <u>успех</u> »	редко выбирают: « <u>безопасность</u> »; « <u>демократия</u> »; « <u>держава</u> »; « <u>достаток</u> »; « <u>духовность</u> »; « <u>защита</u> »; « <u>мир</u> »; « <u>патриотизм</u> »; « <u>порядок</u> »; « <u>сила</u> »; « <u>собственность</u> »; « <u>совесть</u> »; « <u>солидарность</u> »; « <u>стабильность</u> »; « <u>твердость</u> »; « <u>терпимость</u> »; « <u>труд</u> »

Продолжение таблицы 3

	я5_2 (3,1)	82	выбирают: «мир» не выбирают: «успех» «достоинство»; «закон»; «права человека»; «свобода»; «справедливость» не выбирают: «закон»; «права человека»; «справедливость»; «порядок»; «семья»; «совесть»; «успех»	редко выбирают: «безопасность»; «демократия»; «держава»; «достаток»; «достоинство»; «защита»; «патриотизм»; «свобода»; «сила»; «собственность»; «солидарность»; «стабильность»; «твердость»; «терпимость»; «труд»
6	я6_1 (5,2)	83	выбирают: «безопасность»; «права человека» не выбирают: «совесть»; «успех»	редко выбирают: «держава»; «патриотизм»; «семья»; «сила»; «солидарность»; «твердость»; «терпимость»; «труд»

Таблица 4

Ядра кластеров второго опроса

Кластер (№)	Ядро, доля в выборке (%)	Доля кластера в ядре %	Обязательный выбор/невыбор	Частый/редкий выбор
1	я1_1 (3,6%)	100	выбирают: «твердость (воля)» или «сила», или «солидарность»	редко выбирают: «безопасность»; «достаток»; «семья»
2	я2_1 (5,5%)	94	выбирают: «свобода» не выбирают: «держава»; «закон»; «мир»; «порядок»; «твердость»; «сила»; «солидарность»	часто выбирают: «собственность»; «успех»
	я2_2 (3,4%)	95	выбирают: «успех» не выбирают: «свобода»	часто выбирают: «собственность»; «терпимость» <i>редко выбирают:</i> «закон»; «мир»; «порядок»; «семья»
3	я3_1 (4,3%)	96	выбирают: «справедливость»; «мир»	редко выбирают: «безопасность»; «достаток»; «достоинство»; «семья»; «стабильность»
	я3_2 (2,4%)	100	выбирают: «справедливость»; «порядок» не выбирают: «мир»	редко выбирают: «безопасность»; «достаток»; «стабильность»

<i>Продолжение таблицы 4</i>				
4	я4_1 (3,2%)	94	выбирают: «патриотизм»	часто выбирают: « <u>держава</u> »; « <u>духовность</u> » редко выбирают: « <u>достаток</u> »; «мир»; « <u>свобода</u> »; « <u>семья</u> »; « <u>стабильность</u> »
	я4_2 (5,6%)	84	выбирают: « <u>достоинство</u> » не выбирают: «патриотизм»; «порядок»; «свобода»; «труд»; «успех»; «твердость (воля)»; «сила»; «солидарность»	часто выбирают: « <u>совесть</u> » редко выбирают: «закон»; «мир»; «справедливость»
5	я5_1 (10,5%)	88	выбирают: «семья», «мир»	часто выбирают: « <u>труд</u> » редко выбирают: « <u>безопасность</u> »; « <u>держава</u> »; « <u>достаток</u> »; « <u>достоинство</u> »; « <u>закон</u> »; « <u>защита</u> »; «патриотизм»; «порядок»; « <u>права человека</u> »; « <u>свобода</u> »; « <u>совесть</u> »; « <u>справедливость</u> »; «успех»
6	я6_1 (4,9%)	93	выбирают: «безопасность»; «закон» не выбирают: «совесть»; «достоинство»; «семья»	редко выбирают: « <u>духовность</u> »; « <u>справедливость</u> »
	я6_2 (4,2%)	87	выбирают: «безопасность»; «права человека» не выбирают: «семья»; «закон»; «свобода»	редко выбирают: «достоинство»; «мир»; «труд»

Ядра первого кластера. В первом кластере комплекс «силы» дополнялся «патриотизмом» (по данным первого опроса). В ядрах же этого кластера, по данным обоих опросов, последнее слово отсутствует. Никто из представителей ядра не выбрал «семью» и «совесть». К ценностям, редко выбираемым представителями кластера, добавились «терпимость» и «труд». Таким образом, «идеальный тип» бездуховного «силовика» дополнился еще одной чертой — незаинтересованным отношением к труду. В ядре стали более выразительными и социально-демографические характеристики носителей данного ценностного комплекса. Напомним, что в кластере несколько больше, чем в среднем, было молодых, мужчин и лиц со средним образованием. В ядрах обоих опросов

молодых мужчин оказалось несколько больше, а закончивших только среднюю школу — существенно больше (отклонение +3,2 по данным первого опроса).

Ядра второго кластера. Во втором кластере каждый из опросов позволил выявить два похожих ядра, которые концентрируются вокруг понятий «свобода», «успех», «собственность». Дополнительным штрихом к «идеальному типу» «благополучных» может служить то, что представители одного из ядер (подтипов) совсем не выбирают слово «солідарность».

Как и у «силовиков», социально-демографические особенности «благополучных» более выражены в ядрах, чем в кластере. В кластере молодые составляют 41% и 45% (первый и второй опрос соответственно), тогда как в двух ядрах первого опроса — 49% (+4,8) и 59% (+4,3), а в двух ядрах второго — 48% (+5,0) и 63% (+5,6). В ядрах этого кластера относительно велика доля учащихся и студентов, причем в одном из ядер второго опроса студентов больше, чем в самом кластере (+6,7). А в одном из ядер первого опроса студентов хотя и меньше, чем в самом кластере, зато больше работников образования и культуры (+3,1). Это позволяет уточнить вывод, что к числу «благополучных» чаще относятся более образованные люди. Проведенные опросы не показали, что представители ядер данного кластера богаче «средних россиян». Значимые отклонения проявились только в повышенной доле отказавшихся назвать свой доход (+2,7 и +4,2 в ядрах второго опроса).

Ядра третьего кластера. Здесь в обоих опросах оказалось по два ядра, содержащих те же слова, которые чаще выбирают все представители кластера, за исключением слова «труд». Но это не означает безразличия к труду «депривированных». Просто среди них много пожилых женщин, пенсионерок. В одном из ядер этого кластера в первом опросе обнаружилась большая, чем в самом кластере, концентрация женщин (73%, +3,8) и пенсионеров (46%, +3,7).

Ядра четвертого кластера. Из приоритетного набора ценностей, оказавшихся в четвертом кластере, в ядра не вошли «религия» и «терпимость». Остальные слова «патриотического» комплекса представлены там в разных сочетаниях. Отсюда можно сделать вывод, что религиозность является факультативным элементом рассматриваемого ценностного комплекса. В одном из ядер первого опроса обнаружилась большая, чем в кластере, концентрация людей с высшим или незаконченным высшим образованием (+4,4), а также тех, кто занимает должность специалиста (+3,0). В кластере последние не выделялись.

Напомним, что повышенная концентрация людей с высшим образованием наблюдалась также во втором кластере, где доминировали молодые. Здесь в содержательном плане стоит, пожалуй, отметить ценностный разрыв между образованными «отцами» и образованными «детьми».

ми». Ценностные выборы «благополучных» и «патриотов» практически не пересекаются.

Ядра пятого кластера. В ядрах этого кластера остались только ценности «семья» и «мир», тогда как «достаток» и «стабильность» выбираются здесь не чаще, чем среди россиян в среднем. По результатам первого опроса, в ядрах кластера «обывателей» обнаружилось дополнительное социально-демографические характеристики. Оказалось, что наши домохозяйки имеют довольно низкий уровень образования (неполное среднее +2,7), у них средний доход (+2,7), а проживают они несколько чаще в селах (+3,1).

Ядра шестого кластера. Апелляции к демократическим ценностям «защитного» характера сохранились и в ядрах кластера «законников». Любопытно, что в этих ядрах не осталось даже тех немногих отклонений по социально-демографическим характеристикам, которые бы наблюдались в кластере (преобладание мужчин).

В методическом плане описанная ситуация означает, что те или иные характеристики кластера не всегда более явно выражены в его ядре (ядрах). Их редукция происходит тогда, когда какие-то свойства объекта (в нашем случае — социально-демографическая специфика) присутствуют на периферии кластера в большей концентрации, чем в ядре. Получается, что «законники» — это типичные россияне, которые требуют от государства не столько социальной поддержки, сколько надежной защиты своих прав.

Мы рассмотрели ядра шести кластеров, построенных в ходе исследования. Полученные нами данные позволяют предположить, что по крайней мере в двух молодежных группах («силовики» и «благополучные»), существенно различающихся между собой уровнем социальных ресурсов, сегодня заметен ценностный раскол. Причем он проходит не по линии идеологии, а по линии стратегии жизненного успеха.

Первая, низкоресурсная группа, хочет, объединившись, добиться своего силой, а вторая, обладающая социальными ресурсами, — воспользоваться свободами для достижения жизненного успеха. Это вовсе не значит, что в будущем нас ждут социальные конфликты между консолидированными бедными «силовиками» и не консолидированными «благополучными». Возможно, общество выработает механизмы интеграции слабонересурсных молодежных групп. Но зерно такого конфликта, несомненно, есть.

Присущий старшим возрастным категориям «патриотический» ценностный комплекс сегодня, по всей видимости, существенно расходится с ценностями «либерально-демократического» характера. Но и молодые «силовики» не склонны обращаться к идеологемам патриотизма в своих ценностных установках. Что касается других выделенных нами ценностных комплексов («депривированные», «обыватели», «законники»), то

между ними сколько-нибудь отчетливый ценностный конфликт не наблюдается.

Выводы

1. Центральная идея использованного метода типологизации состояла в вычленении ядер кластеров (сочетаний выборов одних слов при одновременном невыборе других). Этот метод ориентирован не столько на фиксацию частоты выбора слов-ценностей, сколько на выявление связей между ними. Многомерный статистический анализ ценностей открывает дополнительные интерпретационные возможности. Так, анализ сочетаний ядерных и периферических представлений позволил нам в ряде случаев обнаружить неявный смысл выбираемых слов-ценностей (например, «защита» в сочетании с «силой» и «твёрдостью» скорее означает потребность опекать, а в сочетании с «безопасностью», «миром» — быть опекаемым).

2. Как показал эксперимент, структура данных в двух опросах устойчива, несмотря на то, что во втором из них набор слов-ценностей был несколько изменен и процедура опроса была другой. Такая устойчивость результатов означает, что ценности, выраженные в перечне предложенных респондентам слов, образуют воспроизводимые ментальные контуры, которые так или иначе проявились в вербальном поведении людей вне зависимости от техники опроса. Использованный метод позволил наметить основные параметры конфигурации этих фреймов²².

3. Оказалась оправданной стратегия, ориентированная на выделение ядер в кластерах. Анализ ценностных синдромов, попавших в ядро кластера, делает более выразительной картину их распределения, особенно при выявлении их связей с социально-демографическими характеристиками. В ядрах характеристики кластера становятся более четкими, чем в кластере в целом. При этом не встрети-

²² Более детальную картину ценностных представлений, вошедших в каждый фрейм, можно получить с помощью других исследовательских стратегий. К ним относятся, в частности, изучение интерпретаций респондентами значений выбираемых слов-ценностей, исследование ситуационного контекста выбора, интуитивно-личностного уровня функционирования ценностей и т. д.

лось ни одного случая, когда социально-демографические параметры кластера и его ядра (ядер) были бы противоречивыми²³.

4. Сравнение данных двух опросов позволило выявить сильное влияние «эффекта разговорчивости» на результаты, получаемые при неограниченном выборе слов из списка. Предложенное в работе преобразование данных гасит этот эффект, одновременно сохраняя значимые корреляции.

5. При работе со списками слов ограничение выбора (в проведенном исследовании — тремя позициями) вовсе не приводит к равномерному уменьшению шансов всех слов быть выбранными²⁴. Ограниченный выбор, хотя и уравнивает возможности «говорливых» и «немногословных», но делает картину более плоской, выделяя в первую очередь то, что привнесено рекламой или идеологией. Кроме того, он затрудняет интерпретацию невыбираемых ценностей. Действительно, невыбор может определяться как незначительностью поименованной ценности, так и представлением о том, что есть другое, близкое по смыслу слово, которое точнее выражает ценностный приоритет (например, в паре «достаток — собственность»). Поэтому, в конечном счете, при работе со списками слов предпочтительным представляется неограниченный выбор, скорректированный предложенным нами методом.

6. Исследование позволяет предположить связь между ценностным выбором и социальными ресурсами, индикаторами которых в наших опросах служили социально-демографические характеристики. Для того чтобы проверить это предположение, следует, во-первых, расширить набор признаков, по которым можно фиксировать уровень социальных

²³ Следует иметь в виду, что в исследованиях ценностей мы имеем дело с типологическими группами, при построении которых предполагается субъективная непротиворечивость ответов. Это значит, что аскриптивные признаки такой группы (например, социально-демографические характеристики) не связаны взаимоднозначным соответствием. Ценностный «портрет» никогда не будет полным, и наоборот: по аскриптивным характеристикам нельзя делать вывод о том, что данная группа будет носителем того или иного комплекса ценностей.

²⁴ Во-первых, при ограниченном выборе респонденты отказываются от «похожих» слов. Во-вторых, — от тех, которые реже встречаются в повседневном обиходе (так произошло, например, со словом «собственность»). В-третьих, ограничение количества выбираемых из списка слов актуализирует не самые главные ценностные позиции, а те идеологемы, которые оказываются на поверхности сознания. Это дает основания предполагать, что в других исследованиях с использованием списков при ограничении выбора будут фиксироваться в первую очередь стереотипы.

ресурсов индивида, а во-вторых, найти способ получения интегрального показателя (или показателей) уровня ресурсов.

7. Используемый метод применим не только для изучения ценностей. Социологи довольно часто предлагают респондентам выбирать значимые элементы из довольно длинных перечней (имен политиков, названий товаров, групп идентификации и т. д.). Если предположить, что эти элементы могут образовывать структурированные непротиворечивые синдромы, то для их изучения целесообразно обращение к технике многомерного статистического анализа.