
МНОГОМЕРНЫЙ АНАЛИЗ ДАННЫХ

В.П. Горяинов
(Москва)

ОБ ОДНОМ ПОДХОДЕ К АНАЛИЗУ ЛАТЕНТНЫХ ЦЕННОСТЕЙ¹

В статье предлагается подход к сравнительному анализу ценностных ориентаций на примере вторичного анализа данных международного исследования. В его основе принцип введения «латентных ценностей-антиподов», или методика «удвоения ценностей», использованная для интерпретации результатов факторного анализа предложенных в интервью «декларативных» ценностей. Выделяются латентные ценности и в том числе нейтральные, характеризующие социальное молчание отдельных групп населения.

Ключевые слова: ценностные ориентации, кросскультурное исследование, ценности-антиподы, факторный анализ, социальное молчание.

Постановка исследовательской задачи

Проблематика изучения ценностей и ценностных ориентаций является базовой в отечественной социологии. Например, три десятилетия назад были опубликованы результаты исследования ценностей в рамках диспозиционной концепции регуляции социального

Владимир Петрович Горяинов – кандидат психологических наук, ведущий научный сотрудник Института системного анализа РАН. E-mail: vlagor@mail.ru.

¹ Статья подготовлена в рамках проекта № 08-03-00276а «Теоретический и эмпирический анализ социального молчания в современном российском обществе» при финансовой поддержке РГНФ.

поведения личности, проведенного под руководством В.А. Ядова [1; 2]. Значительный вклад в развитие этой проблематики внесло теоретическое исследование Н.Ф. Наумовой [3], а также эмпирическое исследование Н.И. Лапина, Л.А. Беляевой, Н.Ф. Наумовой и А.Г. Здравомыслова [4]. Наше исследование проводилось под влиянием идей, высказанных в этих работах.

Важно отметить, что проблемам изучения ценностей на базе международного исследования, эмпирические данные которого мы подвергаем вторичному анализу, посвящены работы В. Магуна и М. Руднева [5; 6]. Они также учитывались при постановке нашей задачи, связанной со сравнительным анализом специфики ценностных ориентаций населения двух агломераций: России и 19 стран Западной и Центральной Европы.

Исходной предпосылкой нашего исследования является существование трехкомпонентной структуры ценностных систем. Это означает, что наряду с актуализированными, *декларируемыми* и явно одобряемыми ценностями также существуют активно отрицаемые ценности, которые могут быть названы *латентными* ценностями. Кроме этого существуют *нейтральные*, неотрицаемые и неодобряемые ценности, к которым респонденты относятся пассивно или равнодушно. Аналогичная идея была выдвинута Н.И. Лапиным [4], но он предлагает классифицировать ценности лишь по критерию *одобряемые – отрицаемые*.

В основе нашего подхода к вторичному анализу ценностей – проведение факторизации *декларируемых* ценностей и интерпретация ее результатов с помощью *латентных* и *нейтральных* ценностей. Условно методику такой интерпретации мы обозначили как способ *удвоения ценностей*.

Эмпирическая база исследования

Нами использованы данные международного социологического обследования, проведенного методом интервью в 2006 г. в

20 европейских странах по программе Европейского социального обследования (ESS) [7]. В этом крупнейшем проекте¹ принимали участие: Бельгия, Болгария, Швейцария, Кипр, Германия, Дания, Эстония, Испания, Финляндия, Франция, Англия, Венгрия, Норвегия, Польша, Португалия, Румыния, РФ, Швеция, Словения, Словакия. Для сравнения были выбраны две агломерации – Россия и все остальные страны в целом.

Процедура сбора данных о ценностях осуществлялась следующим образом. Интервьюер обращался к респонденту со словами: «*Сейчас я прочитаю Вам краткие описания некоторых людей. Пожалуйста, послушайте каждое описание и скажите мне, насколько каждый из этих людей похож или не похож на Вас?*» Далее ему предлагались описания 21 персонажа, степень сходства с которыми оценивалась респондентом по частично упорядоченной шкале: 1 – очень похож на меня; 2 – в значительной степени похож на меня; 3 – отчасти похож на меня; 4 – немного похож на меня; 5 – не похож на меня; 6 – совсем непохож на меня; 7 – затрудняюсь ответить. Забегая вперед, отметим, затруднившиеся с ответом были исключены из нашего анализа. Описание персонажа, а точнее важность в его жизни определенных ценностных ориентаций представлены в табл. 1 (первый столбец).

Процесс анализа данных и его результаты

На начальных этапах анализа было проведено непосредственное ранжирование ценностей по степени их выраженности в России и в странах Западной Европы. Сравнение этих рядов хотя и указало на некоторые сходства и различия, но для целей обобщения оказалось неинформативным в силу чрезмерной де-

¹ Статистические данные за 2006 г. любезно предоставлены автору директором Российского независимого института сравнительных социальных исследований В.Г. Андреенковым, которому приносим благодарность.

тализации. Это и явилось основанием перехода к факторизации исходных «социальных портретов», позволившей укрупнить ценности в *ценностные комплексы*.

Факторизация осуществлялась в несколько этапов. На первом был проведен трехфакторный анализ, который показал логическую невозможность интерпретации его результатов и отсюда свою неэффективность. Затем был проведен четырехфакторный анализ, результаты которого содержательно хорошо интерпретировались. При этом выделились четыре ценностных комплекса, условно обозначенных нами как: *Государственность (Ф1)*, *Гуманизм (Ф2)*, *Гедонизм (Ф3)* и *Элитаризм (Ф4)*. Можно утверждать, что эти эмпирически выделенные нами ценностные комплексы соответствуют «*ценностным осям*» в теории Ш. Шварца, представленным в предельно обобщенной форме в виде неких «интегральных ценностных показателей», или «ценностных категорий», цитируемых по [5] и [6] в следующем виде.

Государственность – «Ориентации на сохранение».

Гедонизм – «Ориентации на изменение».

Гуманизм – «Ориентации на выход за пределы Я».

Элитаризм – «Ориентации на самоутверждение».

Однако переход к ценностным категориям такого вида означал бы для нас отход от прикладных конструктивных социологических теорий среднего уровня по Р. Мертону, направленных на выявление социокультурных особенностей населения разных стран и переход к теориям универсального, теоретико-методологического и философского уровня, которые лежат за рамками нашего исследования.

Основанием введения использованных нами имен для ценностных комплексов, или факторов явился содержательный анализ переменных (ценностных ориентаций), представляющих эти факторы и имеющих наибольшие факторные нагрузки (см. табл. 1).

Примечательно то, что эти четыре ценностных комплекса *Ф1-Ф4* выявились на данных как стран Западной Европы, так и

России. Вместе с тем, наблюдались и достаточно тонкие социокультурные различия, приведенные в табл. 1 и о которых речь пойдет несколько ниже. Относительная близость ценностных комплексов показала, что Россия и страны Западной Европы в целом принадлежат к общеевропейской цивилизации (исходя из ограниченного набора ценностных суждений, используемых в международном обследовании).

В целях удобства анализа каждому ценностному портрету, представленному в табл. 1 (первый столбец), поставлены в соответствие *ключевые слова-ценности*, помещенные во второй столбец таблицы. Важно отметить, что в интервью использовались в основном описания персонажей, выражающие широко декларируемые ценности. Это обстоятельство и побудило нас поставить в соответствие всем декларируемым ценностям их *ценности-антиподы*, которые были обозначены в той же таблице (третий столбец). Тем самым мы анализировали всего 42 ценности (декларируемых – 21 и такое же количество латентных ценностей-антиподов). Этим методическим приемом, названным условно *удвоением ценностей*, была значительно повышена определенность интерпретации результатов факторного анализа.

В табл. 1 в четвертом, пятом, шестом и седьмом столбцах приведены численные значения нормированных факторных нагрузок ценностей для каждого из четырех главных факторов **Ф1**, **Ф2**, **Ф3**, **Ф4** – ценностных комплексов.

По результатам факторного анализа методом главных компонент и с вращением факторов по принципу Варимах оказалось возможным классифицировать по значению и знаку факторных нагрузок следующие три вида ценностей:

– *декларативные* ценности, которые имеют положительный знак факторной нагрузки со значением от 0,1 и больше, обозначают положительный вклад в фактор или совместимость с ним;

– *нейтральные* ценности, близкие к нулю (меньше 0,1 и больше –0,1) по величине факторных нагрузок с любым знаком,

ФАКТОРНЫЕ НАГРУЗКИ ДЛЯ РФ (ВЕРХНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ)
И ДЛЯ СТРАН ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ (НИЖНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ)

Словесные портреты персонажей: «Для него важно...»	Ключевые слова для декларируемых ценностей	Ключевые слова для ценностей антиподов	Ценностные комплексы			
			Ф1	Ф2	Ф3	Ф4
Придумывать новое и подходить ко всему творчески	Творчество (новизна, модернизация)	Консерватизм (традиционность, ретроградство)	0,13 -0,16	0,08 -0,20	-0,01 0,26	-0,07 0,25
Быть богатым, иметь много денег и дорогих вещей	Богатство (роскошная жизнь)	Рациональное по-требление, умеренный аскетизм	0,10 -0,03	-0,11 0,04	-0,10 -0,13	0,28 0,30
Чтобы с каждым человеком в мире обращались одинаково, у всех должны быть равные возможности в жизни	Равенство возможностей, справедливость	Неравенство возможностей	-0,01 -0,23	-0,00 -0,11	0,10 0,33	0,18 0,10
Показать свои способности и этим вызвать восхищение людей	Талантливость, неординарность, знаменитость	Усредненность, ординарность, обыкновенность	0,11 -0,11	-0,07 0,00	-0,02 0,02	0,25 0,34
Жить в безопасном окружении, избегать опасностей	Безопасность (спокойная жизнь)	Преодоление опасностей и стрессов	-0,07 -0,05	-0,06 0,22	-0,03 -0,01	0,47 0,05

Продолжение табл. 1

Словесные портреты персонажей: «Для него важно...»	Ключевые слова для декларируемых ценностей	Ключевые слова для ценностей антиподов	Ценностные комплексы			
			Ф1	Ф2	Ф3	Ф4
Пробовать новые разные занятия, получать сюрпризы	Развитие через разные занятия, широта интересов, гибкость ума	Ригидность, узость интересов, негибкость ума	0,18 0,13	-0,00 -0,07	0,09 0,10	-0,14 0,09
Следовать принятым в обществе правилам, даже если никто за этим не следит	Порядочность, добродетельность, самоконтроль	Соблюдение правил под внешним контролем	0,02 -0,06	-0,26 0,24	0,55 -0,09	0,05 0,07
Выслушивать и понимать мнение других, отличающихся от вас людей	Эмпатия, толерантность	Интолерантность, равнодушные	0,07 -0,01	0,09 -0,04	0,28 0,27	-0,22 -0,06
Быть простым и скромным, не привлекать к себе внимание	Скромность	Гордость, самоуверенность	-0,06 0,17	-0,00 0,21	0,30 0,01	-0,06 -0,26
Хорошо проводить время, баловать себя	Получение радостей от игр, в которые играют люди	Реалистическое, зрелое поведение	0,16 0,41	-0,03 0,03	-0,02 -0,06	0,01 -0,12

Продолжение табл. 1

	Словесные портреты персонажей: «Для него важно...»	Ключевые слова для декларируемых ценностей	Ключевые слова для ценностей антиподов	Ценностные комплексы			
				Ф1	Ф2	Ф3	Ф4
Принимать собственные решения о том, что и как делать, быть свободным и не зависеть от других	Самостоятельность, свобода, ответственность	Готовность подчиняться	0,11 0,06	0,19 -0,06	-0,15 0,16	-0,05 0,05	
Помогать людям и заботиться о их благополучии	Взаимопомощь, альтруизм	Эгоизм, каждый для себя	0,06 0,01	0,22 0,01	0,10 0,23	-0,20 -0,05	
Быть успешным и чтобы люди признали ваши достижения	Успех, признание	Спокойное существование	0,13 -0,03	-0,04 0,03	-0,01 -0,02	0,15 0,29	
Чтобы государство было сильным и могло защитить своих граждан	Сильное государство	Гуманное государство	-0,07 -0,02	0,26 0,20	-0,24 0,02	0,20 0,04	
Искать приключения и рисковать, иметь полную событиями жизнь	Развитие через риски, приключения и события	Избегание риска, развитие на основе чужого опыта	0,19 0,27	-0,04 -0,06	0,11 -0,06	-0,18 0,05	

Окончание табл. 1

Словесные портреты персонажей: «Для него важно...»	Ключевые слова для декларируемых ценностей	Ключевые слова для ценностей антиподов	Ценностные комплексы			
			Ф1	Ф2	Ф3	Ф4
Всегда вести себя правильно, не совершать поступков, которые другие люди могли бы осудить	Конформизм, поведение, принятое большинством	Нонконформизм	-0,03 0,06	-0,05 0,29	0,27 -0,06	0,12 -0,06
Чтобы его уважали и делили так, как он скажет	Авторитетность, властолюбие	Отстранение, нейтралитет	0,04 0,04	-0,08 0,17	0,07 -0,10	0,29 0,15
Быть верным другом, посвящать себя близким людям	Отзывчивость, верность долгу перед близкими	Черствость, отчуждение от близких	0,03 0,10	0,32 0,04	-0,13 0,18	-0,07 -0,11
Беречь природу, заботиться о природе	Оберегание природы	Расточительство природы	-0,02 -0,05	0,37 0,02	-0,16 0,23	-0,05 -0,04
Ценить традиции, стараться следовать религиозным и семейным обычаям, передаваемым из поколения в поколение	Сохранение традиций, преемственность	Ломка традиций, модернизация жизни	-0,03 0,01	0,23 0,24	-0,02 -0,05	-0,05 -0,02
Искать веселье и забавы, а также заниматься тем, что доставляет удовольствие	Гедонизм	Самоограничение, сдержанность в удовольствиях	0,18 0,48	-0,02 0,07	0,06 -0,11	-0,13 -0,16

обозначают ничтожный вклад в фактор или очень слабую совместимость с ним;

– *латентные* ценности, которые имеют отрицательный знак факторной нагрузки со значением от $-0,1$ и меньше, обозначают те ценности-антиподы (из третьего столбца табл. 1), которые вносят положительный вклад в фактор или совместимы с ним.

Эта классификация ценностей не абсолютна, а относительна, т. е. она действительна только в рамках каждого отдельного фактора, или ценностного комплекса. На основе интерпретации результатов факторного анализа было выявлено дополнительно 11 *латентных* ценностей для респондентов РФ и 8 для стран Западной Европы.

В первом случае способ *удвоения ценностей* позволил выявить такие латентные ценности, как: *рациональное потребление, умеренный аскетизм; ригидность, узость интересов, негибкость ума; соблюдение правил под внешним контролем; интолерантность, равнодушие; готовность подчиняться; эгоизм, каждый для себя; гуманное государство; избегание риска, развитие на основе чужого опыта; черствость, отчуждение от ближних; расточительство природы; самоограничение (сдержанность) в удовольствиях.*

Во втором случае (для респондентов Западной Европы) были выявлены следующие латентные ценности: *рациональное потребление, умеренный аскетизм; неравенство возможностей; усредненность, ординарность, обыкновенность; гордость, самоуверенность; реалистическое, зрелое поведение; отстранение (нейтралитет); черствость, отчуждение от ближних; самоограничение (сдержанность) в удовольствиях.*

Отметим, что на этапе предварительного анализа указанные выше ценности было логично называть «латентными ценностями». Вместе с тем они так же, как и декларируемые, актуализированы в общественном сознании, поэтому ниже будем условно называть их «*актуальными ценностями*», ибо очевидно, что на них активно ориентируется определенная часть населения.

Особенности ценностных ориентаций респондентов РФ

У каждого человека есть своя индивидуальная система представлений, своя картина мира о различных сторонах жизнедеятельности. В когнитивной психологии эту индивидуальную систему взглядов и представлений называют *«имплицитной теорией личности»*. Сам человек, как правило, не осознает те структуры категоризации, через которые он воспринимает внешнюю реальность. В процессе интервью респондент выносит суждение о своем сходстве с тем или иным описанным персонажем и оценивает это сходство. Исходя из степени этого сходства или несходства, исследователь с помощью методов статистического анализа выносит суждение о тех структурах категоризации (для нашего случая это ценностные ориентации личности), которые свойственны респондентам и которые служат предметом нашего анализа.

Выявленные с помощью факторного анализа четыре главных ценностных комплекса на основе данных по России представляют собой относительно замкнутые этические системы, выражающие принятые населением обобщенные ценностные нормы или ориентиры социального поведения. Это наиболее массовые и значимые факторы «ценностного влияния» отдельных групп общества на самих себя и на окружающих их людей при коммуникациях.

Главные факторы направлены на самосохранение ценностных позиций, на поддержание и относительно устойчивое сохранение четырех основных факторов в обществе. Собственно, главные факторы и представляют собой четыре ценностных комплекса, на которые ориентировано население.

За разнообразным содержанием каждого из четырех выделенных главных факторов предположительно стоят различные идеологемы, на которые ориентируются люди в разной степени. Построение типологии респондентов по сочетанию в их сознании таких идеологем представляется крайне интересной задачей на анализируемых нами данных, но ее решение остается за рамками данной статьи.

Здесь же кратко представлены описания факторов с обозначением доли (в %) объясненной ими общей дисперсии.

К фактору *Гедонизм* (22,6%) отнесены ценности стремления к новизне, творчеству; к опробованию разных занятий, к рискам и приключениям; к широте интересов и гибкости ума.

К фактору *Государственность* (13,3%) отнесены ценности сохранения сильного социального государства, людей, природы и традиций.

К фактору *Гуманизм* (9,6%) отнесены ценности альтруизма, порядочности, диалога, скромности, конформизма, гуманного (эффективного) государства.

К Фактору *Элитаризм* (8,5%) отнесена система ценностей, стремящаяся утвердить главенство в обществе ценностей богатства, талантливости, безопасности, авторитетности (властолюбия), успеха, равенства возможностей, конформизма.

Особенности ценностных ориентаций в странах Западной Европы

В странах Западной Европы в целом на 2006 г. выявлены те же, что и для России, четыре главных ценностных комплекса, но имеющие свои, отличающиеся от российских, культурно-исторические особенности, выраженные в обобщенных ценностных нормах или ориентирах социального поведения.

Фактор *Гедонизм* (10,7%) описывается следующими ключевыми словами: консерватизм (традиционность, ретроградство); неравенство возможностей; усредненность, ординарность, обыкновенность; получение радостей от игр, в которые играют люди; развитие через риски, приключения и события; гедонизм.

Фактор *Государственность* (10,7%) описывается следующими ключевыми словами: консерватизм (традиционность, ретроградство); безопасность (спокойная жизнь); порядочность, добродетельность, самоконтроль; скромность; сильное государство; конформизм

(подобающее поведение, принятое большинством); авторитетность (властолюбие); сохранение традиций, преемственность.

Фактор *Гуманизм* (13,0%) описывается следующими ключевыми словами: творчество (новизна, модернизация); достаток (рациональное потребление, умеренный аскетизм); равенство возможностей; эмпатия, толерантность; самостоятельность и свобода (ответственность); взаимопомощь, альтруизм; отстранение (нейтралитет); отзывчивость (верность долгу перед ближними, любовь к ближним); оберегание природы; самоограничение в удовольствиях.

Фактор *Элитаризм* (11,7%) описывается следующими ключевыми словами: творчество (новизна, модернизация); богатство (роскошная жизнь); талантливость, неординарность, знаменитость; гордость, самоуверенность; реалистическое, зрелое поведение; успех и признание; авторитетность (властолюбие); черствость, отчуждение от ближних; самоограничение (сдержанность) в удовольствиях.

Сходство и различие ценностных комплексов для РФ и Западной Европы

В табл. 2 приводится матрица близостей четырех ценностных комплексов РФ и Западной Европы. Эта матрица была получена методом подсчета кросскорреляций между переменными, образованными факторными нагрузками, помещенными в табл. 1 для РФ (верхнее значение) и для стран Западной Европы (нижнее значение). Посредством нее можно сравнивать между собой ценностные комплексы как внутри двух больших, сопоставимых между собой по масштабу многонациональных регионов, так и между ними. Наблюдается довольно высокий, статистически значимый уровень коррелированности между «российским» и «западноевропейским» *Гедонизмом*, *Элитаризмом*, *Гуманизмом*, что, возможно, указывает на западноевропейский генезис современного российского

общественного сознания. Также можно отметить, хотя и слабую, но все-таки коррелированность «западноевропейской» Государственности с «российским» Гуманизмом и Элитаризмом. Имеются статистически незначимые (при уровне значимости более 5%) небольшие различия в ценностных системах «российского» и «западноевропейского» Гуманизма и Государственности, конечно, в довольно узких рамках нашего вторичного анализа, что следует учитывать при обобщениях. В целом эти эмпирические закономерности указывают на наличие значительных прозападных тенденций в российских ценностных ориентациях и говорят больше о сходстве, чем о различиях в ценностных ориентациях двух больших агломераций (РФ и стран Западной Европы, входящих в своем большинстве в ЕС).

Важно, по нашему мнению, зафиксировать следующие отрицательные корреляции в ценностных ориентациях внутри рассматриваемых агломераций. Так, по российским данным статистически значимо (при уровне значимости менее 5%) противоречивы ценностные комплексы Гуманизма и Государственности. Нельзя не отметить, что фактор Элитаризма находится (статистически незначимо, т.е. в виде слабой тенденции) в противостоянии с факторами Гедонизма, Государственности и Гуманизма, что свидетельствует о наличии некоторой коллизии российского Элитаризма с остальными факторами.

По европейским данным фактор Гуманизма статистически значимо отрицательно коррелирован с факторами Гедонизма и Государственности. Это может свидетельствовать о некотором неприятии между двумя группами населения, ориентированными на Гуманизм и на Государственность и Гедонизм. Фактор Гедонизма также статистически значимо отрицательно коррелирует с фактором Элитаризма, что дополнительно указывает на повышенную сдержанность некоторой части населения, для которой доминирующими являются ценности гордости, самоуверенности и черствости в отношении получения жизненных удовольствий.

Таблица 2
МАТРИЦА КОРРЕЛЯЦИЙ ФАКТОРОВ (ПО РОССИИ И СТРАНАМ ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ)

	Факторы	Факторы для России				Факторы для Западной Европы			
		Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4
Факторы для России	Ф1	1,00	-0,26	-0,05	-0,40	0,45*	-0,65**	-0,09	0,28
	Ф2		1,00	-0,60**	-0,39	-0,08	-0,16	0,57**	-0,33
	Ф3			1,00	-0,22	0,04	0,26	-0,14	-0,23
	Ф4				1,00	-0,40	0,39	-0,37	0,50*
Факторы для Западной Европы	Ф1					1,00	0,11	-0,47*	-0,58**
	Ф2						1,00	-0,63**	-0,33
	Ф3							1,00	-0,05
	Ф4								1,00

* Корреляция значима на уровне 0,05.

** Корреляция значима на уровне 0,01.

Таким образом, в обоих регионах наблюдаются сходные, хотя и в разной степени, и важные для диагностики отрицательные корреляции между факторами: Государственности и Гуманизма; Государственности и Гедонизма; Государственности и Элитаризма; Элитаризма и Гедонизма. Эти отрицательные корреляции отражают общие наблюдающиеся социокультурные коллизии, например, между массовой и элитарной культурами и их представителями, между группой населения, поддерживающей жесткую государственность и группами гуманистически или гедонистически устремленных людей.

Важно подчеркнуть, что в общественном сознании в результате факторного анализа были выявлены не только декларируемые, явно одобряемые ценности, но и латентные (отрицающие декларативные ценности), а также нейтральные ценности. К последним относятся такие, величина факторных нагрузок которых близка к нулю (меньше 0,1 и больше $-0,1$). Это означает их ничтожный вклад в фактор и слабую совместимость с ним¹.

Одни и те же ценности могут носить разный характер в зависимости от фактора и могут быть нейтральными в одном факторе, но актуальными в другом (см. табл. 1). Рассмотрим эту особенность на примере фактора *Государственность*. В случае России из него исключаются как неактуальные следующие *нейтральные ценности*: творчество (новизна, модернизация); равенство возможностей (справедливость); развитие через разные занятия, широта интересов, гибкость ума; эмпатия, толерантность; скромность; получение радостей от игр, в которые играют люди; успех и признание; развитие через риски, приключения и события; конформизм (подобающее поведение, принятое большинством); авторитетность (властолюбие); гедонизм.

В случае западноевропейской *Государственности* из этого фактора исключаются как неактуальные следующие *нейтральные*

¹ Напомним о том, что факторные нагрузки – значения коэффициента корреляции с главным фактором.

ценности: богатство (роскошная жизнь); талантливость, неординарность, знаменитость; развитие через разные занятия, широта интересов, гибкость ума; эмпатия, толерантность; получение радостей от игр, в которые играют люди; самостоятельность и свобода (ответственность); взаимопомощь, альтруизм; успех и признание; развитие через риски, приключения и события; отзывчивость (верность долгу перед близкими, любовь к близким); гедонизм.

Сравнение приведенных списков показывает их пересечение по шести ценностям. Тогда отличие России от Западной Европы по анализируемому фактору наблюдается по следующим пяти *нейтральным ценностям*: творчество (новизна, модернизация); равенство возможностей (справедливость); скромность; конформизм (подобающее поведение, принятое большинством); авторитетность (властолюбие).

Отличие же Западной Европы от России заключается в следующих пяти *нейтральных ценностях*: богатство (роскошная жизнь); талантливость, неординарность, знаменитость; самостоятельность и свобода (ответственность); взаимопомощь, альтруизм; отзывчивость (верность долгу перед близкими, любовь к близким).

Нейтральные ценности проявляются в результате вербального поведения респондента как исключение из декларативных ценностей и вследствие существования *ценностного социального молчания* [6, с. 176–203; 7]. В определенной мере такое поведение приводит нас к выводу о том, что выявленные с помощью факторного анализа нейтральные ценности служат сохранению и защите системы актуальных ценностей от разрушения и нестабильности каждого фактора.

В заключение отметим, что нами проведена верификация предложенного выше способа интерпретации факторного анализа, названного *удвоением ценностей*, также и на другом социологическом материале. Верификация показала надежность этого способа при изучении ценностных ориентаций населения [10].

ЛИТЕРАТУРА

1. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / Под ред. В.А. Ядова. Л.: Наука, 1979.
2. Социально-психологический портрет инженера / Под ред. В.А. Ядова. М.: Мысль, 1977.
3. *Наумова Н.Ф.* Целеполагание как системный процесс: Препринт. М.: ВНИИСИ, 1982.
4. *Латин Н.И., Беляева Л.А., Наумова Н.Ф., Здравомыслов А.Г.* Динамика ценностей населения реформируемой России. М.: Эдиториал УРСС, 2006.
5. *Магун В., Руднев М.* Жизненные ценности населения Украины: сравнение с 23 другими европейскими странами // Вестник общественного мнения. 2007. № 2.
6. *Магун В., Руднев М.* Жизненные ценности российского населения: сходства и различия в сравнении с другими европейскими странами // Вестник общественного мнения. 2008. № 1.
7. Европейское социальное исследование: изучение базовых социальных, политических и культурных изменений в сравнительном контексте: Россия и 25 стран Европы: Аналитический доклад // http://www.cessi.ru/fileadmin/user_upload/Analytical_report.pdf.
8. *Наумова Н.Ф.* Философия и социология личности. М.: Канон + РООИ «Реабилитация», 2006.
9. *Горяинов В.П.* Социальное молчание как поведение // Социологические исследования. 2007. № 10.
10. *Горяинов В.П.* Верификация методики удвоения ценностей с целью выявления латентных ценностных ориентаций населения // http://lab1-3.narod.ru/30_oct_2008.htm.