

**ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ ВТОРИЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПО
КЛАССИФИКАЦИИ ЖИЗНЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ¹**

В.П.Горяинов

(Москва)

В статье представлен конкретный случай проведения вторичного исследования данных опроса общественного мнения. Автор предлагает новое основание для различения “вторичного анализа” и “вторичного исследования”, вводит новый метод классификации ценностей, формулирует этапы проведения вторичного исследования.

Ключевые слова: вторичный анализ, вторичное исследование, статистический анализ, методы, классификация, данные общественного мнения, ценности, ценностные ориентации.

Понятие "вторичный анализ" широко принято в российской социологической науке, тогда как понятие "вторичное исследование" мало знакомо научной общественности. Однако в англоязычной литературе используются оба понятия, хотя первое используется чаще (см. Дейл А., Арбер С. и Проктер В. [1]), чем второе (см. Стюарт Д.У.[2]).

В России методология проведения вторичного анализа находится в стадии становления, как это показано в работе Сычевой В.С. [3], а о методологии проведения вторичного исследования, по нашим данным, работ просто нет. На этой стадии может представить интерес личный опыт проведения вторичного исследования, сопровождаемый довольно четко обозначаемым в работе текстом методологического содержания. В него включаются методологические принципы, обоснования, схемы и пояснения процедур вторичного исследования, этот текст будет начинаться и заканчиваться звездочками; не обозначенный звездочками текст содержит знания о предмете исследования, полученные в результате вторичного исследования. Выделение методологического текста, по нашему мнению, необходимо в целях более четкой презентации методологической составляющей и ее дальнейшего анализа, усвоения и применения.

* В работе Сычевой В.С.[3] представлены основные возможности и условия проведения вторичного анализа, но можно дополнить их двумя довольно типичными для исследовательской практики случаями анализа данных.

Первый случай заключается в том, что исследователи, после проведения первичного анализа и решения поставленных ими задач, не интересовались возможностями дальнейшего анализа, хотя ясно отдавали себе отчет в его широких возможностях в различных разрезах и другими методами, с помощью иных подходов. Таким образом, в этом случае

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда гуманитарных исследований (Коды проектов 96-03-04381 и 96-03-04382).

завершенный по своим целевым установкам первичный анализ с успехом могут продолжить другие исследователи с помощью вторичного анализа, при котором сохраняются основные целевые, методологические и познавательные установки исходного исследования. Такого рода исследования с интенсификацией направленности исходного исследования предлагается называть традиционно "вторичным анализом". Примером такого рода исследования может служить наша статья [4].

Второй случай заключается в том, что исследователи смогли провести первичный и, возможно, даже вторичный анализ данных по всем имеющимся разрезам и с помощью имеющихся в их распоряжении современных методов обработки данных, однако при этом часто существует побочный продукт в результатах их деятельности, который они сами не замечают, но который представляет интерес для стороннего исследователя, имеющего иные целевые, методологические и познавательные установки. В этом случае в сознании исследователя срабатывает механизм творчества, представленный в концепции Я.А.Пономарева [5], основанный на реализации побочного продукта деятельности как основного элемента интуитивных решений. Это, пожалуй, наиболее интересный случай, когда в процессе ознакомления с результатами исследования или проведения вторичного анализа у исследователя возникает озарение, или инсайт, радикально изменяющий точку зрения на результаты исходного исследования, порождающий новые целевые, методологические и познавательные установки, ориентирующие его на проведение совершенно другого, чем исходное исследования. Исходя из сказанного, этот случай исследования с доминированием экстенсивной, креативной направленности уместнее называть "вторичным исследованием".

Таким образом, в качестве основания для различения вторичного анализа и вторичного исследования нами предлагается психологическое основание - наличие продуктивного озарения, или инсайта, радикально изменяющего познавательные, целевые и методологические установки основного исследования. Именно случай вторичного исследования будет рассмотрен в данной статье, хотя в чистом виде он встречается в исследовательской практике редко, в нем в какой-то мере почти всегда используются элементы исходного исследования или его вторичного анализа.*

Эмпирической базой проводимого нами вторичного исследования послужили данные опросов общественного мнения 1994 г., полученные фондом "Общественное мнение", опубликованные в статье И.М.Клямкина [6]. Целевые установки И.М.Клямкина при проведении первичного анализа были следующие.

1. Определить отношение различных социальных групп к словам-ценностям, претендующим на символически-знаковое звучание в период коммунистической эпохи, так и к символам перехода в новое общественное состояние. Респондентам предлагалось выбрать и отметить из списков слов-ценностей те, которые им лично кажутся наиболее важными.

2. Выявить конкретное смысловое наполнение этих символов различными социальными группами.

3. Определить мнение о национально-историческом происхождении этих слов-ценностей (являются ли они традиционно русскими, советскими или западными).

Данные первичного анализа были представлены в виде таблиц со столбцами, в которых указаны 12 социальных групп респондентов, включая население в целом, и со строками, в которых показаны слова-ценности, а на

пересечении столбцов и строк указаны доли приверженцев (в %) тех или иных ценностей в отдельных социально-профессиональных группах. Указанные доли приверженцев рассматривались как рейтинги исследованных 59 ценностей.

* Общие целевые установки нашего вторичного исследования были иными: исследовать обобщенные системные характеристики самих слов-ценностей; определить возможности классификации ценностей на основе их рейтингов и выявить их статистические распределения и параметры; определить такие ценностные ориентации в обществе, которые, по нашей гипотезе, могли бы служить индикаторами его состояния в исторически переходный период. В новом прочтении исходного исследования состояли моменты инсайта, или озарения, позволившие наметить данное вторичное исследование.

Смена целевых установок потребовала преобразовать исходные данные и усилить внимание к количественному анализу рейтинга ценностей, для чего в нашем исследовании была осуществлена вторичная статистическая обработка указанных данных: транспонирование данных, обработка их методами дескриптивной статистики с целью получения параметров распределений рейтинга ценностей, классификация ценностей по разным основаниям.*

Сначала рассмотрим классификацию ценностей, полученную на основе ранжирования их рейтинга.

Классификация ценностей по степени их актуализированности в сознании россиян.

* При построении указанной в заголовке классификации мы исходили из представления, что самые актуальные ценности должны набирать рейтинг больше 50%, тогда остальные ценности можно считать неактуальными и их можно далее не анализировать, как не существенные для исследования.*

В указанном исследовании 50%-ный барьер преодолели следующие ценности: Семья, Безопасность, Совесть, Порядок, Труд, Права человека, Деньги, Законность, которые мы назовем актуальными и подвергнем дальнейшему содержательному анализу и классификации.

Например, смысловой анализ актуальных ценностей дает возможность составить из них ассоциативные пары, близкие по смыслу, например, Семья-Безопасность, Семья-Труд, Семья-Деньги, Безопасность-Права человека, Труд-Деньги, Совесть-Законность. Примером слабо ассоциирующихся пар являются следующие: Семья-Права человека, Деньги-Права человека, Совесть-Деньги.

* Количество ассоциативных пар, близких по смыслу, позволяет оценивать такие системные характеристики актуального общественного сознания как связность, диффузность.*

Можно создавать ассоциативные цепочки ценностей регулирования и организованности общества (Совесть-Порядок-Права человека-Законность) или выживания (Семья-Труд-Деньги-Безопасность).

* Сама возможность построения такого рода цепочек свидетельствует о системной проблемно-целевой организации актуального общественного сознания.*

Можно создавать детерминантные пары типа, Семья обеспечивает Безопасность, Права человека обеспечивают Безопасность, и, главное, возможно создавать детерминантные цепочки типа: Труд дает Деньги, Деньги

обеспечивают Семью, Семья воспитывает Совесть, Совесть создает Порядок, Порядок обеспечивает Законность, Законность обеспечивает Права человека, Права человека обеспечивают право на Труд.

Тем самым детерминантная цепочка замыкается в кольцевую структуру, которую можно рассматривать как своеобразную идеологию наиболее актуальных ценностей российского общественного сознания. Возможность построения такого рода цепочек свидетельствует о замкнутости, целостности, функциональной дополнителности и самоорганизации актуальной ценностной составляющей общественного сознания, то есть о его высокой системной организованности.

* Слабым местом представленной классификации является высокий рейтинговый барьер, который большинство неактуальных ценностей не преодолело, и не учитывалось при анализе, тем самым потерялась важная информация, что снизило ценность этой классификации. Следовательно, стал необходим переход к классификации, у которой классификационные группы были бы более сопоставимыми по величине.*

Классификация ценностей по величине их рейтинга

* Возникает вопрос о выборе оснований следующих классификаций ценностей. Ответить на него можно двумя путями. 1. Проанализировать кривую падения или возрастания рейтингов всех ценностей, с целью определения в ней ступенчатости, которая бы доказывала наличие ценностей разного уровня актуальности. 2. Проанализировать распределение частот рейтингов всех ценностей для всех социальных групп с целью определения его многовершинности, которая бы указывала на включенность в распределение разнородных групп ценностей.*

Рассмотрим реализацию обоих путей. Кривая ранжированого в порядке убывания рейтинга 59 ценностей (см. рис.1) делится на две части, одна указывает на группу ценностей с высоким рангом, вторая - на большую группу ценностей с монотонно ниспадающим рангом, которую можно также условно поделить на две приблизительно равные части, так как явной ступенчатости не обнаружено, на группы ценностей со средним рангом и низким рангом.

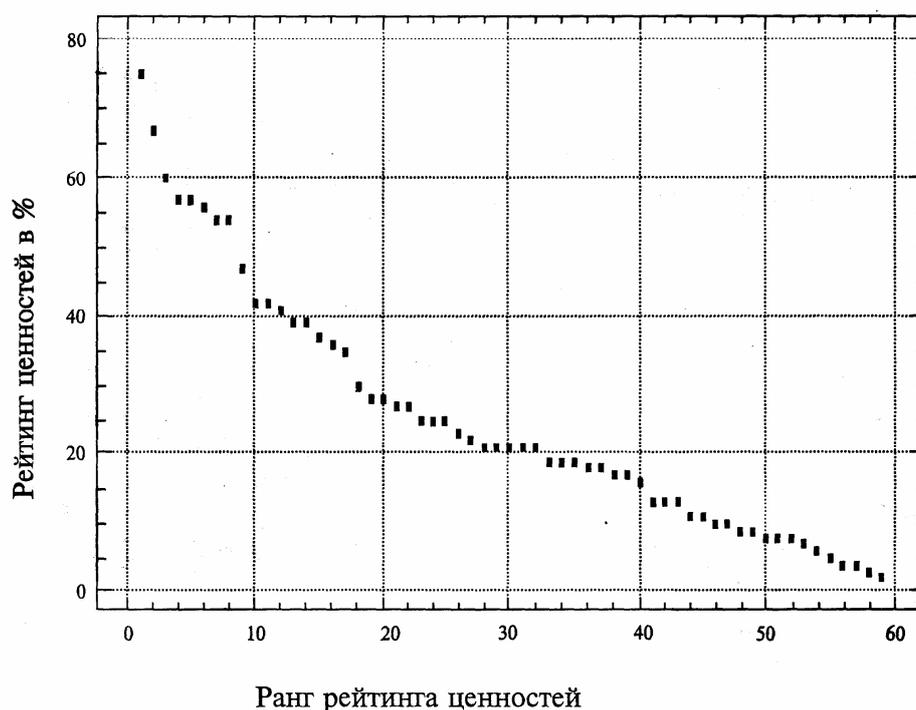


Рис. 2. Ранжирование рейтинга 59 ценностей в порядке убывания.

Распределение частот рейтингов всех ценностей (см. рис. 2) по критерию χ^2 с уровнем значимости менее 0,002 существенно отличается от теоретического, что означает его неоднородность, включенность в него двух и более подвыборок. Вид распределения показывает, что все ценности удобно разделить на три группы: высокие, средние и низкие по рейтингу.

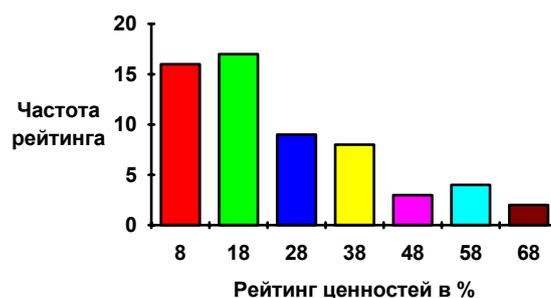


Рис. 2. Распределение частот рейтинга слов-ценностей.

* Остается открытым вопрос проведения более точных и обоснованных границ между группами. С помощью использованных выше графических средств его вполне допустимо решать визуально. Другой подход основан на квартильном делении совокупности. К первому, высшему уровню отнесем ценности, которые выбрали, как важные, более половины социальных групп, то есть это ценности, рейтинг которых превосходит 28%, соответствующих медианному значению, полученному на всей совокупности для всех ценностей. В этом случае больше половины социальных групп принимает эту

ценность, и она входит в состав их ценностного единства. Естественно считать, в чем проявляется сходство ценностных ориентаций большинства социальных групп общества, в том и заключается ценностное единство общества.*

Оно состоит, по данным, почерпнутым из работы И.М.Клямкина [6], в принятии большинством населения России как наиболее важных следующих ценностей: Семья, Безопасность, Совесть, Порядок, Труд, Законность, Права человека, Деньги, Свобода, Духовность, Собственность, Гуманизм, Личное достоинство, Справедливость, Трудолюбие, Чувство долга, Образованность, Гостеприимство, Профессионализм, Равенство всех граждан перед законом. Указанные ценности составляют широкое разнообразие и единство общественного сознания россиян, их в дальнейшем будем называть "центральными".

* Основанием для выделения второго уровня, или второго порядка важности ценностей послужили нам ценности, которые выбрали от 25 до 50% социальных групп. Эти ценности были названы "промежуточными", они имели рейтинг от 16% до 28%.*

Промежуточными оказались следующие ценности: Равенство, Демократия, Патриотизм, Призвание, Бескорыстие, Умение считаться с мнениями и убеждениями других, Вера в Бога, Деловитость, Терпеливость, Благотворительность, Предприимчивость, Гарантии социальных прав личности, Дисциплина труда, Свобода выбора убеждений и поведения, Неприкосновенность частной собственности, Свобода труда, Невмешательство государства в частную жизнь граждан, Гарантии политических прав личности, Законность власти, Прибыльность труда. Эти ценности не входят в ценностное кредо общественного сознания, а входят в его промежуточный слой. Многие ценности здесь служат яблоком раздора или, по крайней мере, областью дискуссий. Например, слова "демократия" и "патриотизм" стали приобретать противоположный смысл у людей с различными политическими взглядами, а слова "деловитость, терпеливость, благотворительность, предприимчивость" для кого-то сохранили прежний негативный смысл, а для кого-то приобрели положительный новый смысл.

* Наконец, ценности, входящие в нижний квартиль, набрали рейтинг менее 16% и были названы "периферическими" ценностями, их приняло в качестве важных меньшинство участвующих в исследовании социальных групп. В принципе, они также могли бы быть включены в состав ценностного единства, формируемого на основе их неприятия большинством социальных групп. По нашему мнению, по этим ценностям можно судить об установках к ценностям у меньшинств, включенных в те или иные социальные группы.*

К периферическим были отнесены ценности Интернационализм, Индивидуализм, Коллективизм, Воля (вольница), Рациональность, Соборность, Законопослушание, Добровольное подчинение законам, Энтузиазм, Самопожертвование, Борьба, Подвижничество, Атеизм, Богатство, Зажиточность, Праведность власти, Гарантии прав меньшинств, Народовластие, Верховенство государственных интересов над интересами личности. Указанные ценности были вытеснены на периферию общественного сознания. Обратите внимание, как много здесь ценностей, в которых люди разочарованы по советскому периоду, или выдвинутых в новый период исторического развития, но не заслуживших популярности, или таких, которые для многих людей имеют постоянно негативную окраску, или предназначенных для узкого круга избранных, например, Подвижничество и Самопожертвование.

Таким образом, на основе классификации по набранному ими рейтингу было выделено три группы ценностей: центральные, промежуточные и периферические. Данная классификация, как и предыдущая, по существу относится к классификации ценностей, построенной на основе их актуализированности в ценностном мире россиян. Но, как выше было отмечено, отношение к ценностям у разных социальных групп может быть и однообразным, создающим единство социальных групп, и противоречивым, создающим разрозненность социальных групп, что позволяет нам провести более детальную классификацию каждой указанной группы ценностей по ее интеграционной или, наоборот, дифференцирующей роли в обществе. В данном исследовании предпринята попытка выделить, опираясь на статистические параметры распределений рейтинга ценностей, более близкие в этом отношении ценности и более далекие, что позволит определить качественно разные группы ценностных ориентаций.

***Классификация ценностей на основе характера
распределения их рейтинга
в двенадцати социальных группах***

Построив эмпирические распределения рейтингов для каждой ценности на выборке из 12-ти социальных групп и сравнив их с нормальным распределением, мы получили шесть типов распределений, или основных образов (см. рис. 3). Для каждого типа приведем краткую характеристику и список слов-ценностей, послуживших основанием для классификации ценностей.

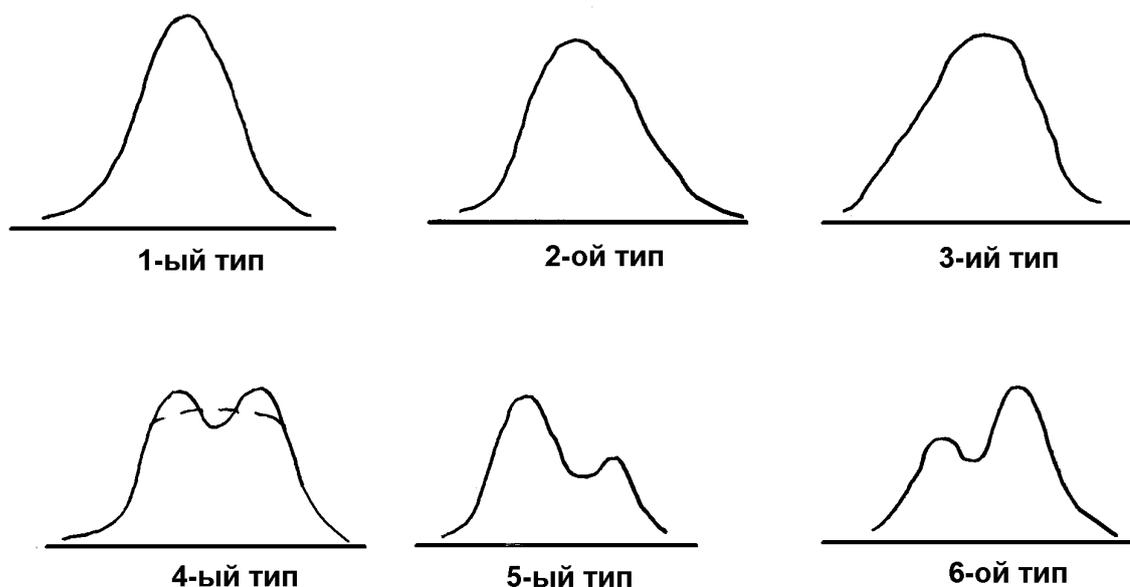


Рис.3. Виды распределений частот рейтинга слов-ценностей, послуживших основанием для классификации ценностей.

1-ый тип. Эмпирическое распределение ценности соответствует нормальному распределению. Такой тип распределения означает, что разногласия в оценке важности этой ценности между социальными группами минимальные, случайные и, следовательно, эта ценность выполняет объединяющую, интегрирующую функцию в обществе. Центральные слова-ценности - не представлены. Промежуточные - Равенство, Благотворительность, Неприкосновенность частной собственности.

Указанные ценности служат интеграции россиян, так как примерно половина социальных групп их поддерживает более активно, а другая половина - менее активно, но значительных противоречий между группами нет и отношения к этим ценностям сбалансированы в обществе. Периферические слова-ценности - не представлены.

2-й тип. Эмпирические распределения соответствуют нормальному распределению, но имеют небольшую положительную асимметрию, показывающую, что существуют некоторые разногласия в оценке важности этого типа ценностей между социальными группами. Такой тип распределения означает, что ценность выполняет объединяющую, интегрирующую функцию в обществе пассивно, так как у большинства социальных групп эта ценность имеет более низкий (пассивный) рейтинг, чем у меньшинства социальных групп, у которых рейтинг этой ценности выше, активнее.

Центральные слова-ценности - Совесть, Труд.

Промежуточные слова-ценности - Свобода труда, Невмешательство государства в частную жизнь граждан, Гарантии политических прав личности, Предприимчивость, Дисциплина труда, Прибыльность труда.

Периферические слова-ценности - Интернационализм, Рациональность, Добровольное подчинение законам, Самопожертвование, Атеизм, Гарантии прав меньшинств.

Ценности второго типа пассивно интегрируют большинство социальных микрогрупп. Так как их активно поддерживает незначительное

меньшинство социальных микрогрупп, то в этих ценностях заложен небольшой разъединяющий микрогруппы общества потенциал, что указывает на слабую стимулирующую функцию этих слов-ценностей в меньшинстве социальных микрогрупп.

3-й тип. Эмпирические распределения ценностей соответствуют нормальному распределению, но имеют отрицательную асимметрию, показывающую, что существуют небольшие разногласия в оценке важности этой ценности между социальными группами. Такой тип распределения означает, что ценность выполняет объединяющую, интегрирующую функцию в обществе активно, так как у большинства социальных групп эта ценность имеет более высокий (активный) рейтинг, чем у меньшинства социальных групп, у которых рейтинг этой ценности ниже, пассивнее.

Центральные слова-ценности - Семья, Права человека, Свобода, Духовность, Гуманизм, Трудолюбие, Профессионализм.

Промежуточные слова-ценности - Бескорыстие, Вера в Бога.

Периферическое слово-ценность - Борьба.

Данный тип ценностей активно интегрирует большую часть социальных микрогрупп, но так как их пассивно поддерживает меньшая часть социальных микрогрупп, то в этих ценностях заложен небольшой разъединяющий микрогруппы общества потенциал, что указывает на некоторый дефицит этой традиционной ценности в жизни и стремление к ней микрогрупп, а потому они несколько выше ценятся большинством социальных микрогрупп. Это указывает на незначительную стимулирующую роль этих ценностей в обществе.

4-ый тип. Для него характерна нулевая асимметрия (его форма симметричная: либо двухвершинная, либо имеет плато), что означает значительные, вызванные сильными факторами разногласия в оценке важности этой ценности между социальными группами и, следовательно, эта ценность выполняет разъединяющую, дифференцирующую функцию в обществе между двумя равными по рейтингу и количеству социальными группами.

Центральное слово-ценность - Равенство всех граждан перед законом.

Промежуточные и периферийные слова-ценности - не обнаружены.

5-ый тип распределения со значительной положительной асимметрией означает, что отображаемые им ценности выполняют разъединяющую, дифференцирующую функцию в обществе пассивно, так как они имеют более низкий (пассивный) рейтинг у большинства социальных групп, чем у меньшинства социальных групп, у которых рейтинг этих ценностей выше, активнее.

Центральные слова-ценности - Законность, Собственность.

Промежуточные слова-ценности - Демократия, Патриотизм, Деловитость, Терпеливость, Законность власти, Гарантии социальных прав личности.

Периферические слова-ценности - Индивидуализм, Коллективизм, Законопослушание, Энтузиазм, Подвижничество, Богатство, Зажиточность, Праведность власти, Народовластие, Воля (вольница), Соборность, Верховенство государственных интересов над интересами личности.

Ценности данного типа очень сильно дифференцируют социальные микрогруппы россиян на активно поддерживающее их меньшинство и пассивно поддерживающее их большинство микрогрупп, что указывает на значительный дефицит их в жизни и стремление к ним у небольшого числа социальных микрогрупп, а потому они высоко ценятся этим меньшинством, а

большинство социальных микрогрупп в них разочаровано или они мало актуальны для него. Это указывает на слабую стимулирующую роль данных слов-ценностей в обществе.

6-ой тип распределения со значительной отрицательной асимметрией означает, что отображаемые им ценности выполняют разъединяющую, дифференцирующую функцию в обществе очень активно, так как они имеют более высокий (активный) рейтинг у большинства социальных групп, чем у меньшинства социальных групп, где рейтинг этих ценностей ниже, пассивнее.

Центральные слова-ценности - Безопасность, Личное достоинство, Справедливость, Образованность, Гостеприимство, Деньги, Порядок.

Указанные ценности очень сильно дифференцируют социальные группы россиян на активно поддерживающее их большинство и довольно пассивно поддерживающее их меньшинство, что указывает на значительный дефицит их в жизни и стремление к ним, а потому они высоко ценятся большинством социальных групп. Это указывает на значительную стимулирующую роль этих слов-ценностей в обществе.

Промежуточные слова-ценности - Чувство долга, Призвание, Свобода выбора убеждений и поведения, Умение считаться с мнениями и убеждениями других.

Указанные ценности со средней силой дифференцируют социальные группы россиян на активно поддерживающее их большинство и довольно пассивно поддерживающее их меньшинство, что указывает на значительный дефицит их в жизни и стремление к ним, а потому они высоко ценятся большинством социальных групп. Это указывает на среднюю по силе стимулирующую роль этих слов-ценностей в обществе.

Периферические слова-ценности - не обнаружены.

Заключение

* В данной работе ценности рассматривались чисто диагностически как социальные индикаторы состояния общественного сознания, его активности-пассивности, интегрированности-дифференцированности в анализируемый переходный период времени (см. табл.).

Таблица.

ЖИЗНЕННЫЕ ЦЕННОСТИ			
(количество)			
	ЦЕНТРАЛЬ НЫЕ	ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ	ПЕРИФЕРИЧЕС КИЕ
1. Активно-дифференцирующие (6-ий тип)	7	4	0
2. Активно-интегрирующие с диф. уклоном (3-ий тип)	7	2	1
4. Дифференцирующие (4-ый тип)	1	0	0
3. Интегрирующие (1-ый тип)	0	3	0
4. Пассивно-интегрирующие с диф. уклоном (2-ой тип)	2	6	6

5. Пассивно-дифференцирующие (5-ый тип)	2	6	12
---	---	---	----

Проведенное исследование позволило предпринять попытку решить методологическую задачу - отразить методологическую составляющую данного вторичного исследования и сформулировать ее в виде гипотезы о следующих этапах проведения вторичного исследования.

1. Определение того, к какому типу относится будущее исследование:

а) вторичный анализ, в основном, продолжающий реализацию целевых, методологических и познавательных установок исходного исследования;

б) вторичное исследование, радикально изменяющее замысел исходного исследования, его целевые, методологические и познавательные установки.

Указанными типами исследования во многом предопределяется: содержание и процесс; новизна и оригинальность; глубина вторичной переработки исходных первичных данных; использование исходной концептуальной базы или другой, кем-то ранее разработанной, или творческое создание новой рабочей концепции в самом процессе исследования. Если исследователь определяет на основе указанных признаков, что ему предстоит работа над вторичным исследованием, то он переходит к следующему этапу исследования.

2. Постепенное уточнение в процессе самого исследования конкретных, познавательных, целевых и методологических установок вторичного исследования, выявление результатов продуктивных озарений, или инсайтов и их общей направленности, например, на агрегирование исходных данных (получение обобщенных моделей); детализацию и уточнение исходных данных в новом узком разрезе (получение частных моделей); выявление новых качественных свойств и функций исследуемых элементов; выявление новых количественных отношений исследуемых элементов; диагностику (составление описательной модели); прогноз состояния исследуемых элементов; разработку социотехнических рекомендаций.

3. Преобразование исходных данных и их дополнительная статистическая обработка в соответствии с требованиями иных, чем у исходного исследования, познавательных, целевых и методологических установок следующими методами: математические операции; преобразования (транспонирование); перекодирование; классификация (ранжирование, группирование); типологизация; статистический анализ (дисперсионный, факторный, кластерный, детерминантный); визуализация результатов исследования.

4. Содержательная интерпретация полученных новых данных, разработка частных или обобщенных моделей, классификаций, типологий, диагнозов, прогнозов, возможных направлений социотехнического воздействия. Второй, третий и четвертый этапы часто осуществляются параллельно-последовательно.*

ЛИТЕРАТУРА

1. *Dale A., Arber S. and Procter V.* Doing Secondary Analysis. L., 1988.
2. *Stewart D.W.* Secondary Research: Information Sources and Methods. Beverly Hills, 1984.
3. *Сычева В.С.* Метод вторичного анализа//Социологические исследования, 1995. №11.
4. *Горяинов В.П.* Стратификация населения России по его отношению к жизненным ценностям в 1994 году// Социально-экономические проблемы развития общества в переходный период. Сборник трудов ИСА РАН. Выпуск 1. М., 1995.
5. *Пономарев Я.А.* Психология творчества. М., 1976.
6. *Клямкин И.М.* Советское и западное: возможен ли синтез?// Полис, 1994. №4.