

А.М. АЛМАКАЕВА, Е.А. НАСТИНА

БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ И ПРАКТИКИ СОЦИАЛЬНОГО УЧАСТИЯ В РОССИИ

АЛМАКАЕВА Анна Михайловна – кандидат социологических наук, заместитель заведующего, научный редактор Департамента издательских программ ВЦИОМ (aalmakaeva@hse.ru); НАСТИНА Екатерина Александровна – младший научный сотрудник (enastina@hse.ru). Обе – Лаборатория сравнительных социальных исследований им. Р. Инглхарта (ЛССИ) Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия.

Аннотация. Изложены результаты исследования роли ценностей в детерминации различных типов внеассоциативного социального участия на основе онлайн-выборки респондентов ($N = 3711$). Рассматриваются два вида практик – утилитарные, направленные на достижение целей локальных сообществ и специфических групп, и социотропические, ориентированные на реализацию интересов широкого круга лиц. Создана типология социального участия, включающая три класса («пассивный», «преимущественно утилитарный», «универсальный»), которая затем использовалась в качестве зависимой переменной в мультиномиальных регрессиях. Результаты анализа показали, что ценности, измеренные по методике Ш. Шварца, оказывают значимое влияние на участие в инициативах на благо общества в целом или его отдельных групп, а их эффект чаще всего превышает эффекты других факторов, включая доверие, идентичность, удовлетворенность жизнью, религиозность и социально-демографические характеристики. При этом активисты с преимущественно утилитарной позицией отличаются большей выраженностью ценностей «Самовыражения», а у представителей смешанного универсального типа, чья активность не ограничивается помощью только узкому кругу лиц, в приоритете ценности из группы «Забота о людях и природе».

Ключевые слова: ценности • социальная активность • гражданское участие • альтруизм • мультиномиальное регрессионное моделирование • анализ латентных классов

DOI: 10.31857/S013216250024228-3

Постановка исследовательской задачи. Вовлеченность в коллективные практики является одним из инструментов консолидации и солидаризации общества [Putnam, 2000]. В противовес установке лишь на личный успех, ориентация на общие цели, готовность тратить время и средства для их достижения, в долгосрочной перспективе приносит гораздо больше выгод и гражданам, и государству. Более того, в ситуации ограниченных институциональных ресурсов участие в низовых общественных инициативах может служить компенсаторным механизмом для решения актуальных социальных проблем.

Исследования показывают, что в России наблюдается постепенный рост различных форм активности, связанной с коллективной солидарностью. Согласно опросам ВЦИОМ, доля собиравших вещи для попавших в трудные жизненные обстоятельства выросла с 9% в 2004 г. до 20% в 2021 г., а количество членов общественных организаций – с 2 до 4%¹. Россия долгое время практически замыкала Мировой рейтинг благотворительности, включающий такие индикаторы гражданского участия, как волонтерство, пожертвования

Статья подготовлена в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ).

¹ Социальная и политическая активность россиян: мониторинг // ВЦИОМ. 2 августа 2021 г. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnaja-i-politicheskaja-aktivnost-rossijan-monitoring> (дата обращения: 12.01.2023).

и помощь незнакомым людям, но в последние два года ситуация стала улучшаться. В 2021 г. страна поднялась на 67-ю позицию из 114-ти, а в 2022 г. – на 30-ю².

Причин этих изменений много, однако можно предположить, что особую роль здесь сыграла происходящая в обществе трансформация. В последние годы приоритеты россиян, в особенности молодых когорт, плавно смещались с материалистических ценностей в сторону ценностей самовыражения [Алмакаева, Мавлетова, 2018], что, как ранее показали Р. Инглхарт и К. Вельцель [Inglehart, Welzel, 2005], может отражаться на общественной активности населения.

Несмотря на очевидный мотивационный потенциал ценностей, понимаемых как желаемые цели людей [Schwartz, 1992], они не так часто фигурируют в механизмах детерминации социального участия, предлагаемых отечественными исследователями. Немногочисленные работы, изучающие данную связь, в большинстве случаев фокусируются на практиках молодёжи [Шамионов и др., 2022], а также других специфических социальных категорий (интернет-активисты [Ефремова, Бульцева, 2020] или предприниматели [Титов, Лепشوкова, 2020]). Эта ситуация не позволяет составить комплексное представление о ценностном портрете индивидов, вовлеченных в общественно полезную деятельность. Между тем в ситуациях кризисов, с которыми наша страна и мир сталкиваются в последние годы, особенно важно понимать, какие факторы способствуют солидаризации общества и активизации его потенциала.

Используя материалы опроса онлайн-панели ОМІ и методику Ш. Шварца, мы ставим задачу ответить на вопрос, как и в какой степени базовые ценности связаны с паттернами социального участия. Оговоримся, что в связи с нерепрезентативностью выборки результаты настоящего исследования не следует рассматривать как окончательные. Они представляют собой первый – поисковый – этап и призваны послужить приглашением к более активной дискуссии в этом предметном поле.

Определение и типы социального участия. Подходы к определению социального участия и его конкретных видов многообразны. В зарубежной и отечественной литературе насчитывается более трех десятков различных форм активности, которые описываются терминами «гражданское» или «общественное» участие. Далее будет использоваться подход И. Скалабан, которая под участием понимает «коллективную деятельность людей, горизонтальную активность, осуществляемую ими в рамках повседневной жизни и направленную на удовлетворение общественного интереса» [Скалабан, 2011: 137]. Социальное участие, интерпретируемое таким образом, не включает политическое (голосование на выборах, членство в политических партиях, участие в политических акциях и т.д.), хотя работа на общественно полезные цели, безусловно, может включать взаимодействие с политиками и политическими институтами.

Группировать формы участия можно по множеству оснований [там же], но для целей данной работы целесообразно провести деление между следующими типами: 1) по критерию «форма участия» – а) ассоциативное, предполагающее официальное членство в НКО; б) внеассоциативное, не требующее институционального закрепления; 2) по критерию «цель участия» – а) социотропическое [Welzel et al., 2005], направленное на реализацию интересов широкого круга людей; б) утилитарное, то есть ориентированное на решение проблем конкретной группы, членом которой является актор.

В настоящей работе мы сконцентрируемся на внеассоциативном участии, поскольку в современном модернизирующемся социуме все большее значение приобретают гибкие неиерархичные формы активности, не привязанные к формальным структурам [Inglehart, Welzel, 2005]. В исследовании ценностной детерминации будет использоваться деление видов активности на утилитарные и социотропические. Выбор такой типологии обусловлен как практическими, так и теоретическими предпосылками. Социотропические

² Россия поднялась на 30-е место в Мировом индексе благотворительности // Филантроп. 23 сентября 2022 г. URL: <https://philanthropy.ru/news/2022/09/23/120567/> (дата обращения: 12.01.2023).

формы ориентированы на производство так называемого «коллективного блага» для максимально широкой аудитории (в идеале – общества в целом) и в этом смысле наиболее привлекательны для стимулирования, поэтому важно знать механизмы детерминации таких видов активности. В то же время исключать из анализа утилитарное участие нецелесообразно. Хотя такие формы еще не преодолели границы локальных территорий и узконаправленных интересов специфических групп, они генерируют так называемые «слабые связи», которые, как показали работы М. Грановеттера [1973] и его последователей, пусть и опосредованно, но тоже приносят пользу обществу в целом. Логично предположить, что, имея иную мотивационную природу, эти формы участия детерминируются другими ценностями.

Теория базовых ценностей Ш. Шварца. Согласно теории Ш. Шварца, ценности – «желаемые кросс-ситуативные цели, различающиеся по важности и служащие руководящими принципами в жизни человека» [Магун и др., 2015; Schwartz, 1992], – должны оказывать значимое влияние на вовлеченность в общественно полезные практики. Шварц выделяет 10 базовых ценностей, универсальных для всех культур, и организует их в ценностно-мотивационный континуум. На рис. 1 ценности, расположенные рядом, обладают конгруэнтными мотивационными целями и могут быть объединены в более крупные кластеры, а те, что представлены друг напротив друга, находятся в конфликте. Так, кластер «Забота о людях и природе» противоположен кластеру «Самоутверждение», отражая оппозицию приоритета значимости социального равенства, благополучия других людей и бережного отношения к окружающей среде над личным успехом, властью и богатством. «Открытость изменениям», в свою очередь, противостоит «Сохранению», противопоставляя индивидуализм и инновационность приоритету поддержания общественного порядка.

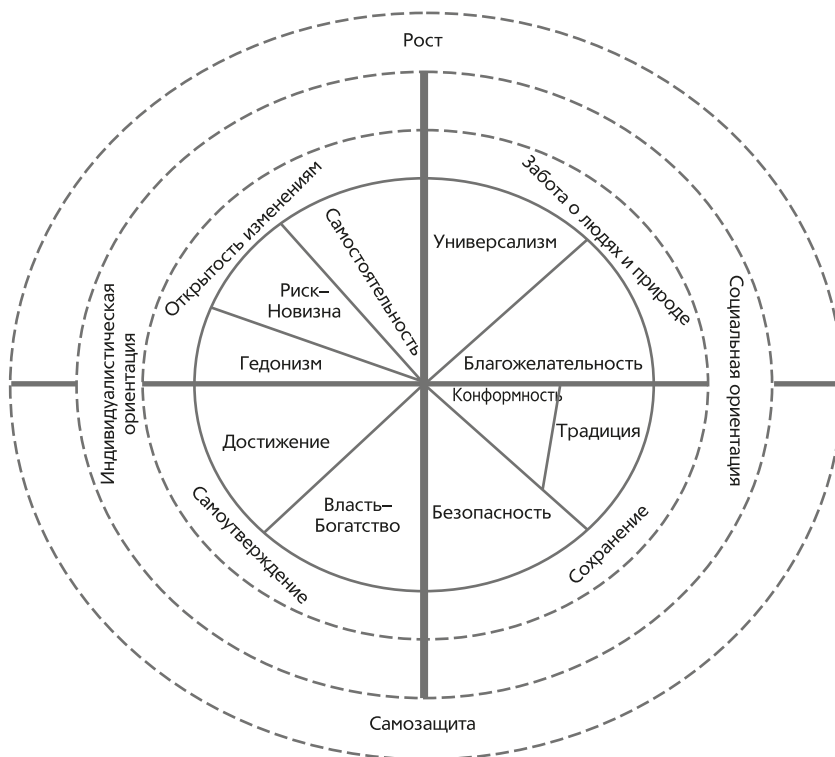


Рис. 1. Ценностный круг Ш. Шварца, отражающий взаимосвязи между ценностями [Магун и др., 2015: 77]

Ценности как фактор социального участия. Ценности побуждают людей преследовать важные для них цели, увеличивают вероятность будущего действия за счет планирования, направляют внимание человека и оказывают влияние на восприятие и интерпретацию конкретной ситуации [Schwartz, 2016]. Зарубежными авторами накоплены убедительные свидетельства в пользу важности индивидуальных ценностей в прямой детерминации социальной активности разного рода. Например, «Универсализм» и «Самостоятельность» положительно коррелируют с подписанием петиций и членством в НКО [Schwartz, 2010], а «Благожелательность» часто фигурирует как импульс социотропической деятельности, включая помощь незнакомым людям, пожертвования, участие в благотворительных акциях [Arieli et al., 2014]. Однако не все ценности обладают положительным эффектом. Так, анализируя результаты исследований в разных странах мира, Шварц [Schwartz, 2016] отмечает, что люди с приоритетом ценности «Власть» менее склонны включаться в экологический активизм или волонтерскую деятельность. Негативное влияние на волонтерство также оказывают ценности «Конформность» и «Безопасность». Таким образом, эмпирические данные согласуются с теорией: мотивационное содержание ценностей группы «Забота о людях и природе», объединяющей «Универсализм» и «Благожелательность», а также «Самостоятельность» из группы «Открытость изменениям», наиболее тесно связано с общественно полезной активностью, а «Власть» и консервативные ценности находятся в противоречии с ними.

Отечественные исследователи только начинают включать ценности в исследования практик социального участия, тестируя их эффекты в отношении различных форм активности. Так, М. Бульцева и М. Ефремова [2020] на выборке в 187 человек обнаружили, что обобщенная ценность «Забота о людях и природе» позитивно сказывается на просоциальных практиках как в онлайн (например, размещение информации о нуждающихся), так и в офлайне (например, помощь заблудившемуся человеку). Р. Шамионов и его коллеги [2022], опросив 500 молодых людей из разных регионов РФ, выявили положительное влияние на гражданскую активность в целом ценностей «Универсализм» и «Благожелательность», а также негативный эффект ценности «Безопасность».

Такие результаты не противоречат теории и данным зарубежных авторов, однако в российских работах обнаруживаются и довольно неожиданные выводы. В том же исследовании Р. Шамионова и его коллег [2022] ценность «Традиция» положительно, а не отрицательно коррелировала с гражданской активностью, которая в их случае включала религиозную и политическую компоненты. Онлайн-активистам оказалась более свойственной сильная выраженность ценностей, связанных с личными достижениями [Ефремова, Бульцева, 2020]. Важность группы «Самоутверждение» в детерминации благотворительного поведения была продемонстрирована и для предпринимателей [Титов, Лепشوкова, 2020]. Обозначенные результаты можно объяснить особенностями российского социального и политического контекста, однако целесообразно указать и на узкоспецифичный характер выборок. Не последнюю роль играет и гетерогенность исследуемых практик.

Для преодоления указанных ограничений мы используем обширную выборку, включающую в себя различные социально-демографические группы населения России и вопросы об опыте участия в двух типах внеассоциативной социальной активности: социотропической, направленной на интересы широкого круга людей, и утилитарной, ориентированной на решение узких проблем силами локального сообщества. Исходя из мотивационного содержания индивидуальных ценностей Шварца, логично предположить, что ценностный портрет участников, предпочитающих один из этих типов социальных практик другому, будет различным. Основной отличительной характеристикой социотропической активности является примат общественного блага, поэтому она должна быть наиболее распространена среди тех, кто считает своим приоритетом ценности группы «Забота о других». Для активистов, вовлеченных преимущественно в утилитарно ориентированные практики, направленные на удовлетворение интересов небольшого коллектива, будет гипотетически свойствен больший фокус на ценности группы «Самоутверждение». В то же время результаты предыдущих российских исследований показывают,

что другие ценности также могут оказывать влияние на вовлеченность в общественно полезную деятельность и подчас в весьма неожиданном направлении. В связи с этим мы решили использовать разведывательный подход в своем анализе и включить в него все переменные ценностного спектра.

Другие факторы социального участия. Прежде чем приступить к выявлению роли ценностей, нужно упомянуть и другие возможные факторы, которые могут оказаться более значимыми и которые необходимо принять во внимание.

Начнем с социально-демографических особенностей. Позитивное влияние образования и материального положения было обнаружено во многих работах (см., например: [Мерсиянова, Корнеева, 2015; Седова, 2014; Christoforou, 2011; van Oorschot et al., 2006; Welzel et al., 2005]). Такой результат неудивителен, поскольку эти характеристики отражают ресурсы, имеющиеся в распоряжении индивида. Высокий доход, как правило, приводит к большей вовлеченности, так как обеспеченные люди имеют больше финансовых и временных возможностей для инвестирования их в общественно полезную деятельность [Christoforou, 2011; Welzel et al., 2005]. Образование, в свою очередь, не только трансформируется в экономический капитал, но и формирует необходимые установки и навыки кооперации [Putnam, 2000]. В продолжение идеи важности личных ресурсов стоит отметить позитивную роль сетей поддержки и социального благополучия (социального самочувствия) [Омельченко и др., 2016; Седова, 2014; Демирель, Садыкова, 2018].

Довольно большое значение в рамках исследований различных форм социального участия придается доверию. Р. Патнем [2000] выдвинул идею, что ассоциации – в особенности горизонтальные и неиерархические, объединяющие людей, принадлежащих к различным социальным группам, – можно считать своеобразными «школами доверия». Действительно, ряд исследований, в том числе межстрановых, показывает стабильную корреляцию между разными формами социальной активности и доверием [van Oorschot et al., 2006; Welzel et al., 2005].

Идентичность индивида также играет не последнюю роль. Люди более склонны оказывать добровольную помощь представителям сообщества, с которым они себя отождествляют [Oishi et al., 2007]. А идентификация с человечеством в целом как наиболее широкая форма идентичности оказывает положительное влияние на те формы активности, где адресатом являются «дальние другие» [McFarland et al., 2012].

Высокую степень религиозности индивида тоже связывают с вовлеченностью в общественно полезную жизнь, так как важным элементом в большинстве религий является призыв к верующим не быть эгоистичными и действовать на благо окружающих [Knack, Keefer, 1997]. Кроме того, религия предоставляет организационную базу для развития норм и социальных взаимоотношений, необходимых для кооперации между индивидами [Putnam et al., 1994].

Методология анализа. Эмпирическая часть исследования опирается на данные онлайн-опроса 2019 г. респондентов крупнейшей российской потребительской панели компании «Online Market Intelligence» (OMI. URL: <https://www.omirussia.ru>), в котором участвовали 3711 человек в возрасте 19–78 лет. Утилитарные практики, направленные на решение проблем конкретной узкой группы, были представлены участием в 1) субботнике, благоустройстве района или города, а также в 2) собрании жильцов дома или жителей района, города. Социотропические практики, ориентированные на интересы широкого круга, – это 3) работа волонтером или 4) осуществление материальных пожертвований на благотворительные акции.

Основными независимыми переменными являются ценности высшего уровня в методике Шварца: это – «Забота о людях и природе», «Сохранение», «Самоутверждение» и «Открытость изменениям». Для их измерения использовалась русскоязычная версия Портретного опросника ценностей Шварца, состоящая из 21-го утверждения [Магун и др., 2015], где каждой из базовых ценностей соответствуют два-три суждения, описывающих человека. Выбор ценностей высшего порядка обусловлен тем, что при использовании данного инструмента, представляющего собой сокращенную версию изначальной

шкалы, они показывают более высокую внутреннюю согласованность в сравнении с десятками ценностями уровнем ниже [Davidov, 2010]. Респондентам предлагалось оценить, в какой степени описанные люди похожи на них, по шкале от 1 («очень похож на меня») до 6 («совсем не похож на меня»). Степень выраженности каждой ценности высшего порядка рассчитывалась как среднее для входящих в ее блок ценностей. Для анализа использовались нецентрированные ценности³.

Альтернативные детерминанты социальной активности, описанные выше, были представлены рядом переменных. Самооценка материального положения измерялась по шкале от 1 («не всегда достаточно средств даже на питание») до 6 («при необходимости можем купить квартиру или дом»). Удовлетворенность жизнью в целом измерялась по шкале от 0 («совершенно не удовлетворен») до 10 («полностью удовлетворен»). Схожим образом респонденты отмечали степень своей религиозности от 1 («совершенно не религиозен») до 10 («очень религиозен»). Кроме того, в анализе представлены два типа самоидентификации: ощущает ли человек себя жителем своего города (1 – да, 0 – нет) и гражданином мира (1 – да, 0 – нет).

Доверие близким (специфическое) и незнакомым людям (обобщенное) измерялось по шкале от 1 («Полностью доверяю») до 4 («Совсем не доверяю»), но для удобства интерпретации шкалы были развернуты и приведены к бинарному виду, чтобы 1 обозначало доверие к близким или незнакомым людям соответственно. Наличие высшего образования, работы и детей также представлены в моделях в виде бинарных переменных, как и пол (1 – женский) и брачный статус (1 – женат/замужем). Контрольные переменные также включали возраст и размер населенного пункта, измеренные по 4-балльной шкале. В регрессионном моделировании все переменные перекодированы от 0 до 1 для обеспечения сравнимости коэффициентов.

На первом этапе с помощью анализа латентных классов (АЛК) были выделены типы участников в зависимости от их вовлеченности в социальные практики, а на втором принадлежности к этим типам использовалась в качестве зависимой переменной в мультиномиальной регрессии. Все расчеты осуществлялись в программной среде R с использованием пакетов *poLCA* [Linzer, Lewis, 2011] и *nnet* [Venables, Ripley, 2002].

Характеристики выборки. Как и в большинстве онлайн-исследований, наша выборка оказалась смещенной. На вопросы анкеты ответили 66% женщин, 64% людей с высшим образованием, средний возраст составил 37 лет. Наиболее популярным среди респондентов стало участие в субботнике или благоустройстве района (его отметили 50%), определенное нами как утилитарная активность. Собрания жителей дома, района или города посещали 33%. Что касается социотропических практик, то благотворительные пожертвования осуществляли 43%, волонтерской деятельностью за последние три года занимались примерно 14%. Доля неактивных респондентов составила 29%.

Для сравнения сошлемся на общероссийское репрезентативное исследование группы «ЦИРКОН» в 2018 г.⁴, где использовался схожий вопрос о гражданской вовлеченности за последние 2–3 года. Согласно данным этого проекта, доля пассивных респондентов равнялась 35%, в субботниках участвовали 26% опрошенных, в собраниях жильцов дома – 19%, работали волонтерами лишь 2%. Используемая нами онлайн-выборка

³ Вот примеры утверждений и показатели внутренней согласованности альфа Кронбаха:

«Забота о людях и природе» – для него очень важно помогать окружающим людям. Ему хочется заботиться об их благополучии (из ценности «Благожелательность», $\alpha = 0,68$);

«Сохранение» – для него важно жить в безопасном окружении. Он избегает всего, что может угрожать его безопасности (из ценности «Безопасность», $\alpha = 0,59$);

«Самоутверждение» – для него важно показать свои способности. Он хочет, чтобы люди восхищались тем, что он делает (из ценности «Достижение», $\alpha = 0,76$);

«Открытость изменениям» – ему нравятся неожиданности, он всегда старается найти для себя новые занятия. Он считает, что для него в жизни важно попробовать много разного (из ценности «Риск-Новизна», $\alpha = 0,65$).

⁴ Ценностная солидаризация и доверие в российском обществе. 2018. URL: <http://doverie.zircon.tilda.ws>

дает, таким образом, завышенные показатели, а расхождение составляет 12–25 п.п. в зависимости от вида активности. Подобная ситуация не удивительна: лучше образованные люди более склонны вовлекаться в различные практики участия, а в нашей выборке доля людей с высшим образованием значительно (более чем вдвое) выше. В упомянутом исследовании ЦИРКОНа их было только 29%, а по данным переписи 2010 г. – 24% в населении России. Учитывая это, мы не стремимся оценить уровень гражданской (социальной) активности в РФ, наша цель – *разведывательный* анализ влияния ценностей. Если на такой смещенной выборке удастся обнаружить значимые ассоциации, то логично ожидать подтверждения обнаруженных закономерностей и при использовании репрезентативных данных.

Классификация респондентов на основе их социальной активности. Для создания многомерной эмпирической классификации использован анализ латентных классов (АЛК), позволяющий выявить группы респондентов на основании их сходства по нескольким наблюдаемым категориальным признакам [Hagenaars, McCutcheon, 2002], в нашем случае – по четырем индикаторам участия. В отличие от классического кластерного анализа, АЛК использует модель, параметры которой рассчитываются с использованием итеративной процедуры, основанной на методе максимального правдоподобия. Это дает возможность не только рассчитать вероятность принадлежности индивида к той или иной группе, но и с помощью критериев соответствия (например, BIC и AIC⁵) выбрать оптимальное число классов. В нашем случае лучшим решением стала модель с тремя классами – «пассивный» (49%), «преимущественно утилитарный» (14%) и «универсальный» (37%) (рис. 2).

В группе «пассивных» респондентов вероятность включения в какие-либо практики значительно ниже, чем в других. «Универсалисты» отличаются сочетанием всех возможных видов активности, при этом наибольшая вероятность попадания в эту группу у опрошенных, участвующих в субботниках, благотворительности и волонтерстве. «Преимущественных утилитаристов» тоже характеризует комбинация практик, но доминируют здесь собрания жильцов, а волонтерство не представлено совсем.

Таким образом, АЛК показывает отсутствие чистых утилитарных и социотропических типов. Такая ситуация складывается в основном из-за практик благотворительности и участия в субботниках, представленных во всех группах. Однако для волонтерства и собраний ситуация иная, поскольку они более четко дифференцируют респондентов.

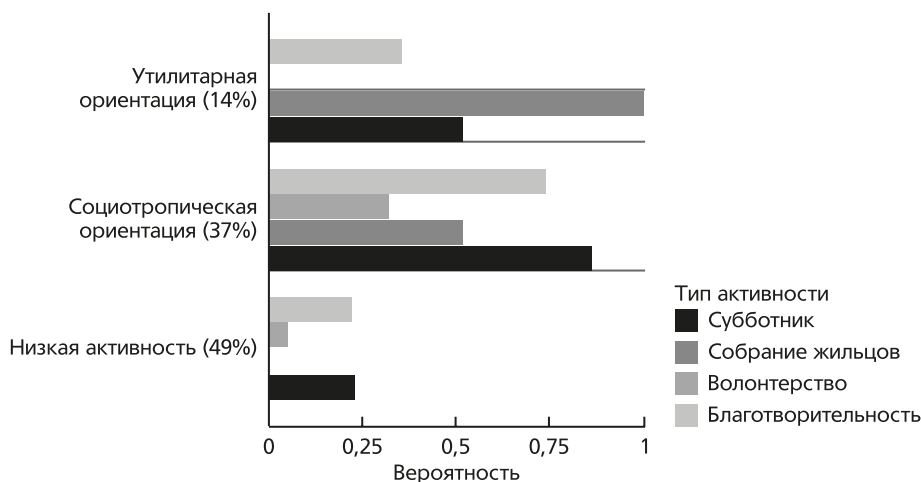


Рис. 2. Вероятность связи конкретных практик социального участия с принадлежностью к группе

⁵ BIC – Bayesian information criterion, AIC – Akaike information criterion.

Объяснить такие результаты можно исходя из требующихся для этих видов деятельности ресурсов. Так, волонтерская активность требует больших затрат времени, чем благотворительность и субботники, а в собраниях чаще всего заинтересованы собственники квартир и люди, активно вовлеченные в процесс ведения домашнего хозяйства.

Рассмотрим, в какой степени принадлежность к каждому из этих типов зависит от ценностного профиля респондента. Для этого мы применили метод мультиномиальной логистической регрессии, предназначенный для номинальных шкал: одна группа выбирается в качестве базовой, а регрессионные коэффициенты отражают изменения логарифма отношения шансов (log odds) в зависимости от значений предиктора. Отношение шансов (odds ratio), в свою очередь, показывает, во сколько раз изменяется вероятность принадлежности к выбранной категории (например, «универсалистам») относительно вероятности принадлежности к базовой категории (например, «пассивным») при изменении независимой переменной на единицу.

Результаты анализа показывают (табл.), что ценность «Самоутверждение» оказалась более характерна для «преимущественно утилитарного» типа участников, а ценность

Таблица

Результаты регрессионного анализа зависимости типов социальной активности от базовых ценностей

Предиктор	Утилитаристы			Универсалисты		
	Категория сравнения: пассивные					
	Log odds	Odds ratio	p	Log odds	Odds ratio	p
Константа	-3,40	0,03	< 0,001	-4,15	0,02	< 0,001
Ценности						
Сохранение	0,14	1,15	0,744	-0,01	0,99	0,987
Открытость	0,74	2,11	0,073	0,53	1,69	0,111
Самоутверждение	0,74	2,10	0,026	-0,05	0,95	0,850
Забота о людях	0,20	1,22	0,647	2,49	12,01	< 0,001
Доверие знакомым	0,16	1,17	0,328	0,45	1,56	0,001
Доверие незнакомым	0,06	1,06	0,660	0,24	1,27	0,024
Гражданин мира	-0,23	0,80	0,076	-0,01	0,99	0,910
Городская идентичность	0,23	1,26	0,030	0,10	1,10	0,261
Религиозность	-0,03	0,97	0,873	0,36	1,43	0,026
Удовлетворенность жизнью	0,45	1,56	0,100	0,94	2,55	< 0,001
Покупательская способность	0,33	1,38	0,293	0,11	1,11	0,672
Наличие детей	-0,13	0,88	0,335	-0,23	0,80	0,039
Размер населенного пункта	-0,28	0,75	0,048	-0,11	0,90	0,357
Высшее образование	0,45	1,57	< 0,001	0,56	1,76	< 0,001
Возраст	1,40	4,07	< 0,001	-0,97	0,38	0,001
Женский пол	-0,10	0,91	0,376	0,62	1,85	< 0,001
Трудоустроен(а)	-0,07	0,93	0,594	0,09	1,43	0,385
Женат / замужем	0,07	1,07	0,579	-0,12	0,89	0,251
Количествово наблюдений	3121					
Псевдо-R ² (Tjur)	0,134					

Примечание. Предварительное приведение переменных к шкале от 0 до 1 обеспечивает сравнимость нестандартизированных оценок коэффициентов логистических регрессий (log odds). Полужирным выделены значения $p < 0,05$, что является конвенциональным порогом значимости коэффициента.

«Заботы о людях и природе» – для «универсального». В первом случае шансы принадлежности к группе с таким паттерном активности при изменении выраженности ценности с минимальной до максимальной повышаются в 2 раза, а во втором – в 12 раз.

Некоторые контрольные переменные, включенные в модель, также оказывают значимое влияние на типы социального участия. Так, ощущение себя гражданином своего города и проживание в более маленьком населенном пункте положительно связаны с утилитаристской ориентацией. Обе разновидности доверия, религиозность, удовлетворенность жизнью и женский пол повышают вероятность вовлеченности в активности, не ограниченные решением локальных проблем. Высшее образование оказывает положительный эффект на вероятность обоих типов социального участия. Однако эффект ценностей не только не исчезает при контроле этих и других характеристик, но и превосходит их по размеру. Единственный фактор, который в случае «преимущественно утилитарного» типа обладает большим влиянием, – это возраст. Такой результат неудивителен. Выше отмечалось, что дифференцирующими респондентов практиками являются волонтерство и участие в собраниях, требующие различных ресурсов. Включенность в бытовые вопросы домохозяйства и наличие права собственности на недвижимое имущество более характерно для старших возрастных групп. Для них же характерно и меньшее количество свободного времени, которое можно инвестировать в другие формы участия.

Выводы и ограничения исследования. Подведем итоги нашего исследования влияния базовых ценностей на социальное участие. Для решения этой задачи использовались данные онлайн-опроса о вовлеченности в два вида идеально-типических практик – социотропических, ориентированных на решение интересов широкого круга лиц, и утилитарных, направленных на реализацию интересов местных сообществ и специфических групп.

Как показали результаты анализа, респонденты не делятся на чистых «социотропов» и «утилитаристов». Тех, кто включен в социотропические практики, также интересуют и локальные проблемы, что делает их позицию универсальной. В то же время «локальным» активистам не чужда социотропическая деятельность, хоть и в меньшей степени.

В целом определенные ценности, выделенные согласно подходу Ш. Шварца, действительно повышают вероятность участия в различных инициативах. Их влияние чаще всего превышает эффекты других возможных факторов, однако оно варьируется в зависимости от типа участия. Респонденты с преимущественно утилитарной направленностью отличаются выраженностью ценностей «Самовыражения», подчеркивающих важность личного успеха, а универсалисты придают большее значение «Заботе о людях и природе». В то же время наш анализ не выявил значимого влияния ценностей «Сохранение» и «Открытость изменениям» на рассматриваемые практики.

Основным ограничением исследования является нерепрезентативный характер выборки. Несмотря на значительную гетерогенность, в ней преобладают высокообразованные респонденты, которые оказались более социально активны, чем россияне в среднем. Поэтому результаты данного исследования надо рассматривать как предварительные, для дальнейшей верификации роли ценностей в детерминации социального участия необходимы репрезентативные данные. Кроме того, целесообразно расширить список практик и дополнить их конкретизирующими вопросами, позволяющими более точно идентифицировать целевую группу благополучателей, каналы и способы участия, а также оценить степень вовлеченности респондентов. Также имеет смысл более детально проанализировать роль отдельных ценностей с использованием уточненной теории базовых ценностей и скорректированной на её основе методики измерения [Шварц и др., 2012], или же обратиться к другим ценностным моделям, обладающим потенциалом в объяснении вариации в практиках участия среди россиян [Кузнецов, 2017]. Наконец, для исследований в данном направлении было бы особенно ценным привлечение объективных данных о социальной активности, что позволит снизить ошибку измерения, связанную с возможной социальной желательностью вопросов о социальном участии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Алмакаева А.М., Мавлетова А.М. Модернизационные процессы в России: ожидать ли сдвига в сторону эмансипативных ценностей? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 6 (148). С. 91–112.
- Демирель Я., Садыкова Г.Ф. Влияние социальной поддержки на гражданское поведение // Социологические исследования. 2018. Т. 7. № 7. С. 81–86.
- Ефремова М., Бульцева М. Взаимосвязь индивидуальных ценностей и просоциального поведения в онлайн- и офлайн-контекстах // Социальная психология и общество. 2020. Т. 11. № 1. С. 107–126.
- Кузнецов И.М. Ценностные ориентиры и социально-политические установки россиян // Социологические исследования. 2017. № 1. С. 47–55.
- Магун В.С., Руднев М.Г., Шмидт П. Европейская ценностная типология и базовые ценности россиян // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2015. № 3–4 (121). С. 74–93.
- Мерсиянова И.В., Корнеева И.Е. «Городское молчание» в Москве: предпосылки и вовлеченность населения в практики гражданского общества // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2015. № 6 (130). С. 48–65.
- Омельченко Д.А., Максимова С.Г., Ноянзина О.Е. и др. Социальный капитал, доверие и гражданское участие современной российской молодежи // Политика и общество. 2016. № 8. С. 1124–1135.
- Седова Н.Н. Гражданский активизм в современной России: форматы, факторы, социальная база // Социологический журнал. 2014. № 2. С. 48–71.
- Скалабан И.А. Социальное, общественное и гражданское участие: к проблеме осмысления понятий // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2011. № 1 (13). С. 130–139.
- Титов А.С., Лепшокова З.Х. Индивидуальные ценности предпринимателей как предикторы их планируемого благотворительного поведения // Организационная психология. 2020. Т. 10. № 3. С. 140–163.
- Шамионов Р.М., Бочарова Е.Е., Невский Е.В. Роль ценностей в приверженности молодежи различным видам социальной активности // Социальная психология и общество. 2022. Т. 13. № 1. С. 124–141.
- Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С., Липатова А.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России // Психология. Журнал высшей школы экономики. 2012. Т. 9. № 2. С. 43–70.
- Arieli S., Grant A.M., Sagiv L. Convincing yourself to care about others: An intervention for enhancing benevolence values // Journal of Personality. 2014. Vol. 82. No. 1. P. 15–24.
- Christoforou A. Social Capital Across European Countries: Individual and Aggregate Determinants of Group Membership: Social Capital Across European Countries // American Journal of Economics and Sociology. 2011. Vol. 70. No. 3. P. 699–728.
- Davidov E. Testing for comparability of human values across countries and time with the third round of the European Social Survey // International Journal of Comparative Sociology. 2010. Vol. 51. No. 3. P. 171–191.
- Granovetter M.S. The Strength of Weak Ties // American Journal of Sociology. 1973. Vol. 78. No. 6. P. 1360–1380.
- Hagenaars J.A., McCutcheon A.L. Applied Latent Class Analysis. Cambridge University Press, 2002.
- Inglehart R., Welzel C. Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence. Cambridge University Press, 2005.
- Knack S., Keefer P. Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation // The Quarterly Journal of Economics. 1997. Vol. 112. No. 4. P. 1251–1288.
- Linzer D., Lewis J. polCA: An R Package for Polytomous Variable Latent Class Analysis // Journal of Statistical Software. 2011. Vol. 42. No. 10. P. 1–29.
- McFarland S., Webb M., Brown D. All humanity is my ingroup: a measure and studies of identification with all humanity // Journal of Personality and Social Psychology. 2012. Vol. 103. No. 5. P. 830–853.
- Oishi S., Rothman A.J., Snyder M. et al. The socioecological model of procommunity action: the benefits of residential stability // Journal of Personality and Social Psychology. 2007. Vol. 93. No. 5. P. 831–844.
- van Oorschot W., Arts W., Gelissen J. Social Capital in Europe: Measurement and Social and Regional Distribution of a Multifaceted Phenomenon // Acta Sociologica. 2006. Vol. 49. No. 2. P. 149–167.
- Putnam R.D. Bowling alone: The collapse and revival of American community. Simon & Schuster, 2000.
- Putnam R.D., Leonardi R., Nanetti R.Y. Making democracy work: Civic traditions in modern Italy. Princeton university press, 1992.

- Schwartz S.H. Basic individual values: Sources and consequences // Handbook of value: Perspectives from economics, neuroscience, philosophy, psychology and sociology / Ed. by Brosch T., Sander D. New York: Oxford University Press, 2012. P. 63–84.
- Schwartz S.H. Basic values: How they motivate and inhibit prosocial behavior // Prosocial motives, emotions, and behavior: The better angels of our nature / Ed. by Mikulincer M., Shaver P.R. Washington: American Psychological Association, 2010. P. 221–241.
- Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries // Advances in Experimental Social Psychology. 1992. Vol. 25. No. 1. P. 1–65.
- Venables W., Ripley B. Modern Applied Statistics with S. 4th ed. N.Y.: Springer, 2002.
- Welzel C., Inglehart R., Deutsch F. Social capital, voluntary associations and collective action: which aspects of social capital have the greatest 'civic' payoff? // Journal of Civil Society. 2005. Vol. 1. No. 2. P. 121–146.

Статья поступила: 15.04.23. Финальная версия: 07.05.23. Принята к публикации: 07.05.23.

BASIC HUMAN VALUES AND PRACTICES OF SOCIAL PARTICIPATION IN RUSSIA

ALMAKAEVA A.M.* **, NASTINA E.A*

* University HSE, Russia; **VCIOM, Russia

Anna M. ALMAKAEVA, Cand. Sci. (Sociol.), Deputy Head; Scientific Editor, Department of Publishing Programs, VCIOM, Moscow, Russia (aalmakaeva@hse.ru); Ekaterina A. NASTINA, Junior Researcher (enastina@hse.ru). Both – Ronald F. Inglehart Laboratory for Comparative Social Research (LCSR), National Research University "Higher School of Economics", Moscow, Russia.

Acknowledgements. The article was prepared within the framework of the HSE University Basic Research Program.

Abstract. This study aims to explore to what extent values determine informal social engagement in comparison to the effects of other factors. A heterogeneous sample of respondents from an online panel ($N = 3711$) is used for our analyses. Self-report in terms of two types of activity, utilitarian and sociotropic, respondents engaged in the last three years were used to create a typology of social participants using latent class analysis. The results of multinomial regression modeling using the obtained classes allow us to conclude that values have a significant impact on the likelihood of more active participation in initiatives for the benefit of society as a whole or its specific groups, and their effect often exceeds the effects of other predictors, including trust, identity, life satisfaction, religiosity, and socio-demographic characteristics. At the same time, activists who approach social participation from a predominantly utilitarian perspective prioritize "Self-enhancement", while the participants whose social activity is not limited by the interests of narrow circle, put more value on "Self-transcendence". Other values did not have a significant impact on the engagement pattern. The paper concludes with a discussion of the limitations of the study and directions for future work.

Keywords: values, social engagement, civic participation, altruism, multinomial regression, latent class analysis.

REFERENCES

- Almakaeva A.M., Mavletova A.M. (2018) Modernization process in Russia: Can we expect the shift to emancipative values? *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes]. No. 6 (148): 91–112. (In Russ.)
- Arieli S., Grant A.M., Sagiv L. (2014) Convincing yourself to care about others: An intervention for enhancing benevolence values. *Journal of Personality*. No. 82 (1): 15–24.
- Christoforou A. (2011) Social Capital Across European Countries: Individual and Aggregate Determinants of Group Membership: Social Capital Across European Countries. *American Journal of Economics and Sociology*. No. 70 (3): 699–728.
- Davidov E. (2010) Testing for comparability of human values across countries and time with the third round of the European Social Survey. *International Journal of Comparative Sociology*. No. 51 (3): 171–191.
- Demirel Y., Sadykova G.F. (2018) The Impact of Social Support on Citizenship Behavior. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. No. 7: 81–86. (In Russ.)

- Efremova M., Bultseva M. (2020) The relationship between individual values and prosocial behavior in online and offline contexts. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [Social psychology and society]. No. 11 (1): 107–126. (In Russ.)
- Granovetter M.S. (1973) The Strength of Weak Ties *American Journal of Sociology*. No. 78 (6): 1360–1380.
- Hagenaars J.A., McCutcheon A.L. (2002) *Applied Latent Class Analysis*. Cambridge University Press.
- Inglehart R., Welzel C. (2005) *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence*. Cambridge University Press.
- Knack S., Keefer P. (1997) Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation. *The Quarterly journal of economics*. No. 112 (4): 1251–1288.
- Kuznetsov I.M. Values and socio-political attitudes in contemporary Russia. (2017) *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. No. 1: 47–55. (In Russ.)
- Linzer D., Lewis J. (2011) polCA: An R Package for Polytomous Variable Latent Class Analysis. *Journal of Statistical Software*. 2011. No. 42 (10): 1–29.
- Magun V.S., Rudnev M.G., Schmidt P. (2015) European Value Typology and Basic Values of Russians. *Vestnik obshhestvennogo mneniya. Dannye. Analiz. Diskussii* [Bulletin of Public Opinion. Data. Analysis. Discussions]. No. 121 (3–4): 74–93. (In Russ.)
- McFarland S., Webb M., Brown D. (2012) All humanity is my ingroup: a measure and studies of identification with all humanity. *Journal of personality and social psychology*. No. 103 (5): 830–853.
- Mersiyanova I., Korneeva I. (2015) "City silence" in Moscow: prerequisites and public involvement in civil society practices. *Vestnik obshhestvennogo mneniya. Dannye. Analiz. Diskussii* [Bulletin of Public Opinion. Data. Analysis. Discussions]. No. 6 (130): 48–65. (In Russ.)
- Oishi S. et al. (2007) The socioecological model of procommunity action: the benefits of residential stability. *Journal of personality and social psychology*. No. 93 (5): 831.
- van Oorschot W., Arts W., Gelissen J. (2006) Social Capital in Europe: Measurement and Social and Regional Distribution of a Multifaceted Phenomenon. *Acta Sociologica*. 49 (2): 149–167.
- Omelchenko D.A., Maksimova S.G., Noyanzina O.E. et al. (2016) Social capital, trust and civil participation of modern Russian youth. *Politika i obshchestvo* [Politics and Society]. No. 8 (140): 1124–1135. (In Russ.)
- Putnam R.D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Putnam R.D., Leonardi R., Nanetti R.Y. (1992) *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton university press.
- Sedova N.N. (2014) Civic activism in modern Russia: forms, factors, and social base. *Sotsiologicheskii zhurnal* [Sociological Journal]. No. 2: 48–71. (In Russ.)
- Skalaban I. (2011) Social, Public and Civic Participation: To the Problem of. Understanding Concepts. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Tomsk State University]. No. 1 (13): 130–139. (In Russ.)
- Shamionov R., Bocharova E., Nevsky E. (2022) The Role of Values in the Commitment of Young People to Various Types of Social Activity. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [Social psychology and society]. No. 13 (1): 124–141. (In Russ.)
- Schwartz S.H. (2016). Basic individual values: Sources and consequences. In: Brosch T., Sander D. (eds) *Handbook of value: Perspectives from economics, neuroscience, philosophy, psychology and sociology*. New York: Oxford University Press: 63–84.
- Schwartz S., Butenko T.P., Sedova D.S., Lipatova A.S. (2012) A Refined Theory of Basic Personal Values: Validation in Russia. *Psihologiya. Zhurnal Vysshey Shkoly Ekonomiki* [The Psychology. Journal of Higher School of Economics]. Vol. 9. No. 2: 43–70. (In Russ.)
- Schwartz S.H. (2010) Basic values: How they motivate and inhibit prosocial behavior. In: Mikulincer M., Shaver P.R. (eds) *Prosocial motives, emotions, and behavior: The better angels of our nature*. Washington: American Psychological Association: 221–241.
- Schwartz S.H. (1992) Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*. No. 25 (1): 1–65.
- Titov A., Lepshokova Z. (2020) Individual values of entrepreneurs as predictors of their planned charitable behavior. *Organizatsionnaya psikhologiya* [Organizational Psychology]. No. 10 (3): 140–163. (In Russ.)
- Venables W., Ripley B. (2002) *Modern Applied Statistics with S*. 4th ed. New York: Springer.
- Welzel C., Inglehart R., Deutsch F. (2005) Social capital, voluntary associations and collective action: which aspects of social capital have the greatest 'civic' payoff? *Journal of civil society*. No. 1 (2): 121–146.

Received: 15.04.23. Final version: 07.05.23. Accepted: 07.05.23.