

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТНЫХ ПРИОРИТЕТОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ГРУПП (НА ПРИМЕРЕ ГЕРМАНИИ И РОССИИ)*

Г. П. Артёмов

Статья основана на результатах сравнительного анализа материалов 4-й волны (2008 г.) Европейского социального исследования (European Social Survey – ESS). В ходе анализа выявлено, что у всех профессиональных групп Германии и России существуют близкие по составу структуры ценностных приоритетов. Национальные особенности выражаются в степени ориентации профессиональных групп на различные типы ценностей. Процесс модернизации может способствовать сближению ценностных приоритетов профессиональных групп различных европейских стран.

Различия в ценностях являются ключом к пониманию культур.
Энтони Гидденс. Социология. М., 1999. С. 674.

В качестве теоретической основы сравнительного исследования ценностных приоритетов профессиональных групп в докладе используется концепция Ш. Шварца, в соответствии с которой ценности можно рассматривать как убеждения в приоритетности определенных целей и действий, способствующих достижению этих целей. На основе модели Шварца разработан ценностный блок¹ Европейского социального ис-

* Доклад подготовлен при поддержке гранта РФФИ (Проект № 12-03-00420).

¹ Schwartz S.H. (2003). A proposal for measuring value orientations across nations [Chapter 7 in the Questionnaire Development Report of the European Social Survey]: URL: <http://www.europeansocialsurvey.org>

следования (European Social Survey – ESS)². Этот блок включает 21 описание различных видов мотивации поведения людей (см.: табл. 1). Описания образуют первый уровень изучения ценностей. На втором уровне эти описания преобразуются в 10 мотивационных типов, отличающихся друг от друга базовыми целевыми ориентациями. На третьем уровне эти мотивационные типы образуют два биполярных измерения:³ самообновление – самосохранение; самоутверждение – самоограничение. Такая трактовка исходных названий осей измерений, предложенных Ш. Шварцем, обусловлена тем, что в ESS для изучения ценностей используется только часть методики Ш. Шварца – «Профиль личности», которая позволяет измерять степень самоидентификации респондентов с различными целями и способами действия. Как известно, личность, наряду с культурой и социальными институтами, является источником ценностей. Поэтому в данной статье ось «Openness to Change» трактуется как ориентация людей на самообновление, а ось «Conservation» – как ориентация на самосохранение. Такая трактовка названий указанных осей вполне соответствует предложенным самим Шварцем названиям осей другого измерения: «Self-Enhancement») – самоутверждение⁴ и «Self-Transcendence» – самоограничение.

При сборе данных по описаниям видов мотивации поведения людей в Европейском социальном исследовании использовался вопрос: «Сейчас я зачитаю Вам краткие опи-

² Это исследование проводится в большинстве европейских стран с 2002 г. (в России с 2006 г.). В этой статье будут использоваться данные 4-й волны ESS (2008 г.). Документация и данные ESS размещены на сайте Норвежского архива социальных наук. URL: <http://www.ess.nsd.nib.no>

³ В данной статье приводится авторская интерпретация названий осей измерений.

⁴ Этот вариант перевода предложили В. С. Магун и М. Г. Руднев. См.: Магун В. С., Руднев М. Г. Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами // Европейское социальное исследование: изучение базовых социальных, политических и культурных изменений в сравнительном контексте. Россия и 25 стран Европы. Аналитический доклад. М., 2008. С. 67. URL: <http://www.ess-ru.ru/index.php?id=339>

сания некоторых людей. Пожалуйста, послушайте каждое описание и скажите мне, насколько каждый из этих людей похож или не похож на Вас?». Ответы фиксировались с помощью шкалы из 6 позиций: от «очень похож на меня» до «совсем не похож на меня». В данной статье, в отличие от анкеты 4-й волны ESS, номера этих позиций увеличиваются по мере увеличения степени сходства с определенным видом мотивации поведения людей: минимальному значению соответствует 1, максимальному – 6. Для этого в базе данных ESS была преобразована последовательность нумерации альтернатив ответа на упомянутый выше вопрос. Перечисленные выше мотивационные типы и измерения ценностей образуют круговую структуру (см.: рис. 1).

Шварц считает, что мотивационные типы могут находиться в отношениях конфликта или совместимости. Конфликтующие ценности располагаются в противоположных секторах модели, совместимые ценности – по соседству друг с другом. По мере удаления мотивационных типов друг от друга увеличивается степень их взаимоотрицания и уменьшается степень их взаимодополнения. Это движение может осуществляться в двух направлениях. Например, «универсализм» можно сопоставлять как с «добротой», так и с «самостоятельностью», которые можно рассматривать в качестве дополняющих его мотивационных типов. Противостоящий «универсализму» мотивационный тип – «власть» – можно сопоставлять с «достижением» и «безопасностью» – мотивационными типами, дополняющими этот тип, и в то же время противостоящими двум другим типам: «доброте» («достижение») и «самостоятельности» («безопасность»).

Отбор профессиональных групп произведен из списка 245 профессий, содержащегося в базе 4-й волны (2008 г.) Европейского социального исследования. На основе этого списка составлен обобщенный перечень профессиональных групп, включающий руководителей, конторских служащих, инженеров, врачей, преподавателей, слесарей, продавцов, строителей, операторов, полеводов и овощеводов. Эти группы включены в анализ в соответствии с концепцией изменения

социальной структуры при переходе от индустриальной стадии развития общества к постиндустриальной⁵.

Анализ российской и немецкой частей базы данных Европейского социального исследования (ESS) за 2008 год свидетельствует о наличии существенных различий в системах ценностных приоритетов населения России и Германии (см.: табл. 2).

Из табл. 2 видно, что наиболее значимыми для населения Германии являются ценности доброты, универсализма и самостоятельности, а для населения России – ценности безопасности, доброты и универсализма. К числу среднестатистических ценностей в Германии относятся ценности безопасности и традиции, а в России – ценности традиции и самостоятельности. С учетом принятой в данном докладе концепции ценностей, можно утверждать, что в структуру основных приоритетов у населения Германии входят ценности самоограничения и самообновления, а у населения России – ценности самосохранения и самоограничения.

Рассмотрим проявление этой национальной специфики на уровне профессиональных групп (см.: рис. 2). Сравнительный анализ приведенных данных позволяет сделать вывод о том, что различия ценностных приоритетов профессиональных групп Германии и России связаны в основном со степенью идентификации представителей этих групп с ценностями мотивационных типов определенных измерений. Представители практически всех рассматриваемых профессиональных групп в России в большей степени, чем представители тех же самых групп в Германии, отмечают свое сходство с ценностями самосохранения и самоутверждения. Представители почти всех профессиональных групп в Германии в большей степени, чем представители тех же групп в России, отмечают

⁵ Д. Белл включает в структуру переходного общества профессионалов (в сфере науки, технологии, управления и культуры); техников и полупрофессионалов; служащих и торговых работников; ремесленников и полуквалифицированных рабочих. См.: Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М., 1989. С. 168.

свое сходство с ценностями самообновления и самоограничения. Следует отметить, что значимая (30 % и более) степень идентификации наблюдается в основном по одному мотивационному типу (достижение) и только у некоторых профессиональных групп России – руководителей, инженеров и продавцов.

Для более детального сопоставления ценностных приоритетов российских и немецких профессиональных групп проранжируем представленные на рис. 2 первые пять приоритетов в соответствии с удельным весом респондентов, отметивших свое сходство с ценностями основных измерений модели Ш. Шварца (см.: табл. 3, 4).

Анализ приведенных данных позволяет сделать заключение о том, что выявленная ранее характерная для населения России ориентация на ценности безопасности попала в число главных приоритетов (ранги 1–3) всех профессиональных групп. В Германии она относится к числу главных приоритетов только у продавцов, строителей, операторов, полеводов и овощеводов. У остальных групп эта ориентация входит в число среднезначимых приоритетов. В то же время характерная для населения Германии ориентация на ценности самостоятельности не входит в число главных приоритетов у трех из десяти профессиональных групп (продавцов, строителей, полеводов и овощеводов). В России эта ориентация входит в число главных приоритетов только у преподавателей и слесарей. У руководителей, конторских служащих, инженеров, врачей и операторов самостоятельность относится к числу среднезначимых приоритетов, а у строителей, полеводов и овощеводов она попала в число малозначимых ценностей.

Анализ табл. 4 показывает, что из ценностей измерения: самоограничение – самоутверждение только ценности доброты входят в число главных приоритетов всех профессиональных групп и Германии, и России. Ценности универсализма только в Германии также входят в число главных приоритетов всех профессиональных групп. В России эти ценности входят в число главных приоритетов только у половины профессиональных групп: инженеров, врачей, слесарей, продавцов и строителей. У остальных групп ценности универсализма от-

носятся к среднезначимым приоритетам. Как уже отмечалось, ценности самоутверждения (достижение) попали в основном в число среднезначимых только у двух групп в Германии и России. И только у руководителей ценности достижения (личных успех и демонстрация способностей) относятся к числу главных приоритетов. Ценности власти ни у одной профессиональной группы в обеих странах не попали в число наиболее значимых и среднезначимых ценностей. Но и здесь, как и в целом по всем остальным мотивационным типам ценностей, у всех российских профессиональных групп (особенно руководителей, инженеров и продавцов) степень самоидентификации с ценностями этого типа намного выше, чем у немецких профессиональных групп.

В целом российские приоритеты соответствуют приоритетам большинства других модернизирующихся европейских стран, а немецкие приоритеты – приоритетам большинства других модернизированных европейских стран⁶ (см.: рис. 3). На рис. 3.1 видно, что Россия и большинство других модернизирующихся стран располагаются в левом верхнем квадранте ценностного пространства, а Германия и большинство других модернизированных стран – ближе к центру ценностного пространства. Это значит, что в Германии существует баланс ориентации на самосохранение и самообновление, а в России – значительное преобладание ориентации на самосохранение над ориентацией на самообновление.

Анализ конфигурации стран на рис. 3.2 показывает, что Россия располагается в правом нижнем квадранте графика, а Германия – в левом верхнем квадранте графика. Это значит, что население России в большей степени ориентируется на ценности самоутверждения (достижение и власть) и в меньшей степени, чем население Германии, – на ценности самоограничения (доброта и универсализм). Этот вывод соответствует данным, приведенным в табл. 4. Анализ этих данных показывает, что при близких значениях рангов мотивацион-

⁶ О социокультурных параметрах этих типов стран см.: *Лапин Н. И.* Сверяем человеческие измерения модернизации (по результатам третьей волны Европейского социального исследования, 2006) // *Мир России.* 2011. № 2. С. 42–50.

ных типов удельный вес людей, ориентирующихся на ценности доброты и универсализма, во всех профессиональных группах Германии существенно (от 5 % до 38 %) выше, чем в тех же самых профессиональных группах России. И в целом у всего населения Германии доля таких людей существенно выше (на 18 % по ценностям универсализма и на 21 % по ценностям доброты), чем у всего населения России (см.: табл. 2).

Отсюда различия уровней межличностного доверия у представителей рассматриваемых профессиональных групп и населения двух стран в целом (см.: табл. 5).

Данные табл. 5 свидетельствуют о том, что в Германии у всех профессиональных групп удельный вес доверчивых респондентов существенно выше (от 8 % до 22 %), чем у всех профессиональных групп России. В 2008 году доля доверяющих большинству людей в Германии составляла 39 %, а в России – 26 % (в среднем по всем обследованным странам – 42 %). Можно утверждать, что выявленный в ходе анализа более высокий уровень ориентации населения Германии на ценности доброты («помощь окружающим» и «верность друзьям») и универсализма («одинаковое отношение к каждому человеку» и «понимание других людей») в значительной степени обеспечивает и больший уровень межличностного доверия в этой стране в сравнении с Россией (см.: табл. 2). Из табл. 2. видно, что уровень ориентации населения Германии на ценности доброты и универсализма превышает не только российский, но средне-европейский уровни. Анализ распределения z-значений мотивационных типов ценностей у доверчивых и осторожных респондентов подтверждает наличие зависимости между ориентацией на доброту и универсализм и двумя этими типами отношения к большинству людей (см.: рис. 4).

На рис. 4. видно, что у людей, ориентирующихся на ценности доброты и универсализма, наблюдаются не только максимальные положительные z-значения, но и их полуторакратное преобладание над отрицательными z-значениями. По остальным видам ценностных ориентаций наблюдается иная картина. Это значит, что ориентация на ценности доброты и универсализма в большей степени, чем все другие ориентации соответствует доверительному отношению к большинству людей.

В то же время доверие человека большинству людей формирует у него характерную для культуры доверия способность понимать других людей, уважать их права и помогать им. Эта культура может успешно развиваться только на основе преодоления профессиональной, классовой, религиозной и этнической обособленности, существующей в современном обществе. Доверие большинству людей или генерализованное доверие позволяет преодолевать социальные перегородки потому, что оно представляет собой веру человека в преобладание среди окружающих людей, разделяющих его моральные ценности⁷. Эта вера способствует устранению профессионального обособления и превращению порядочных людей в моральное сообщество, основанное на отношениях взаимопонимания, взаимопомощи и взаимного уважения⁸.

Выводы

У всех профессиональных групп Германии и России существуют близкие по составу структуры ценностных приоритетов.

Национальные различия выражаются в степени ориентации профессиональных групп на мотивационные типы ценностей и в иерархии этих типов.

Независимо от национальной специфики у всех профессиональных групп имеется общий набор основных мотивационных типов ценностей, на которые ориентируется большинство представителей этих групп.

Ценности самоограничения в большей степени, чем ценности других типов, способствуют росту взаимного доверия и понимания в отношениях между представителями профессиональных групп.

⁷ См.: *Uslaner E.-M.* Trust as a moral value // Dario Castiglione, Jan W. van Deth, and Guglielmo Wolleb, eds., *Handbook of Social Capital*, Oxford: Oxford University Press, 2008. P. 4.

⁸ См.: *Штомпка П.* Доверие – основа общества. М., 2012. С. 431–432.

Артёмов Г.П. Национальные особенности ценностных приоритетов профессиональных групп (на примере Германии и России)

В Германии наибольший уровень доверия существует у профессионалов (специалистов), занятых в сфере управления, технологии, культуры и здравоохранения.

Процесс модернизации может способствовать сближению ценностных приоритетов профессиональных групп различных европейских стран.

Таблицы, рисунки, диаграммы

Табл. 1

Распределение описаний различных видов мотивации поведения по мотивационным типам ценностей и измерениям

Описания видов мотивации поведения*	Мотивационные типы**	Измерения
<p>Для него важно жить в безопасном окружении. Он избегает всего, что может угрожать его безопасности.*</p> <p>Для него важно, чтобы государство обеспечивало его безопасность во всех отношениях. Он хочет, чтобы государство было сильным и могло защитить своих граждан.</p>	Безопасность	Самосохранение
<p>Он убежден, что люди должны делать то, что им говорят. Он считает, что люди всегда должны следовать правилам, даже если никто за этим не следит.</p> <p>Для него важно всегда вести себя правильно. Он старается не совершать поступков, которые другие люди могли бы осудить.</p>	Конформность	
<p>Для него важно быть простым и скромным. Он старается не привлекать к себе внимание.</p> <p>Он ценит традиции. Он старается следовать религиозным и семейным обычаям.</p>	Традиции	
<p>Для него важно придумывать что-то новое и подходить ко всему творчески. Он любит делать все по-своему, своим оригинальным способом.</p> <p>Для него важно самому решать, что делать. Ему нравится быть свободным и не зависеть от других.</p>	Самостоятельность	Самообновление
<p>Ему нравятся неожиданности, он всегда старается найти для себя новые занятия. Он считает, что в жизни важно попробовать много разного.</p> <p>Он ищет приключений, и ему нравится рисковать. Он хочет жить полной событиями жизнью.</p>	Стимуляция	
<p>Он ищет любую возможность повеселиться. Для него важно заниматься тем, что доставляет ему удовольствие.</p> <p>Для него важно хорошо проводить время. Ему нравится баловать себя.</p>	Гедонизм	

Для него важно показать свои способности. Он хочет, чтобы люди восхищались тем, что он делает. Для него очень важно быть успешным. Он надеется, что люди признают его достижения.	Достижение	Само- утверждение
Для него важно быть богатым. Он хочет, чтобы у него было много денег и дорогих вещей. Для него важно, чтобы его уважали. Он хочет, чтобы люди делали то, что он скажет.	Власть	
Для него очень важно помогать окружающим людям. Он хочет заботиться об их благополучии. Для него важно быть верным своим друзьям. Он хочет посвятить себя близким людям.	Доброта	Само- ограничение
Для него важно, чтобы с каждым человеком в мире обращались одинаково. Он убежден, что у всех должны быть равные возможности в жизни. Для него важно выслушать мнение других, отличающихся от него людей. Даже если он не согласен с ними, он все равно хочет понять их точку зрения. Он твердо верит, что люди должны беречь природу. Для него важно заботиться об окружающей среде.	Универсализм	

* Формулировки описаний видов поведения и распределение их по мотивационным типам взяты из раздела аналитического доклада о результатах 3-й волны ESS (2006 г.) см.: *Магун В. С., Руднев М. Г.* Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами // Европейское социальное исследование: изучение базовых социальных, политических и культурных изменений в сравнительном контексте. Россия и 25 стран Европы. Аналитический доклад. М., 2008. С. 67. URL: <http://www.ess-ru.ru/index.php?id=339>.

** Перевод названий мотивационных типов см.: *Карандашев В. Н.* Методика Шварца для изучения ценностей личности. Концепция и методическое руководство. СПб., 2004. С. 31.

Рис. 1. Модель отношений между мотивационными типами ценностей



Источники: *Schwartz S. H.* (2003). A proposal for measuring value orientations across nations. Chapter 7 in the Questionnaire Development Report of the European Social Survey. P. 270 (исходная модель) URL: <http://www.europeansocialsurvey.org>; *Карандашев В. Н.* Методика Шварца для изучения ценностей личности. Концепция и методическое руководство. С. 31 (перевод названий мотивационных типов); *Артёмов Г. П.* Моральные установки как фактор ценностных конфликтов // Конфликтология. 2010. № 4. С. 141 (трактовка названий измерений).

Табл. 2

Степень ориентации населения на мотивационные типы ценностей (в % от числа опрошенных и ранги⁹)
Альтернативы: «Похож на меня» и «Очень похож на меня»

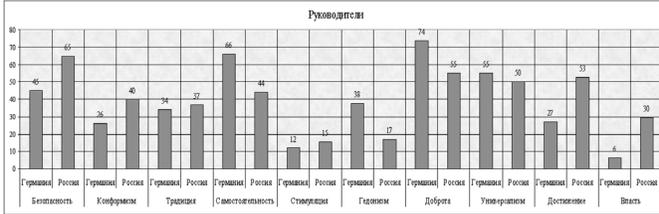
	Безопасность	Конформность	Традиция	Самостоятельность	Стимуляция	Гедонизм	Доброта	Универсализм	Достижение	Власть
Германия	43 (4)	22	28 (5)	49 (3)	9	27	67 (1)	59 (2)	21	5
Россия	64 (1)	29	37 (4)	33 (5)	13	18	46 (2)	41 (3)	29	20
Все страны	51 (2)	30 (5)	32 (4)	41(3)	14	26	61 (1)	51 (2)	24	8

Критерии дифференциации ценностей: 1. Наиболее значимые (ранги 1, 2, 3); 2. Среднезначимые (ранги 4, 5); 3. Малозначимые (ранги 6, 7); 4. Наименее значимые (ранги 8, 9, 10).

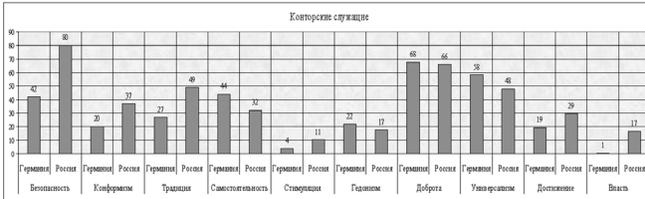
Источник: Европейское социальное исследование. 4-я волна. 2008 г. 54 988 чел. База ESS4e02. URL: <http://ess.nsd.uib.no/ess/>

⁹ Ранги 1-2-3 (наиболее значимые ценности) и 4-5 (среднезначимые ценности) характеризуют ценности, образующие основу мотивационной структуры поведения людей. В зависимости от изменения условий жизни и социальной ситуации эти два вида ценностей могут меняться местами в иерархии убеждений человека.

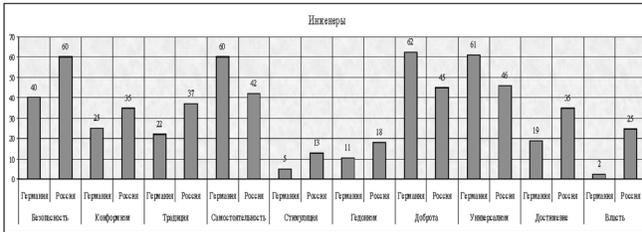
Рис. 2. Структура мотивационных типов профессиональных групп (в % от числа опрошенных). Альтернативы: «Похож на меня» и «Очень похож на меня»



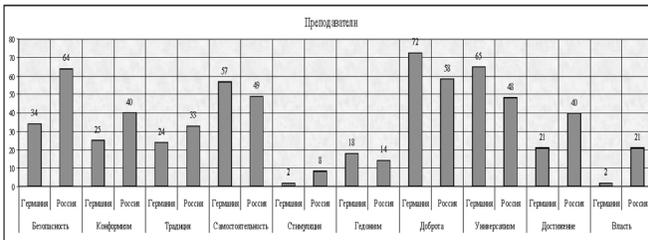
2.1. Руководители



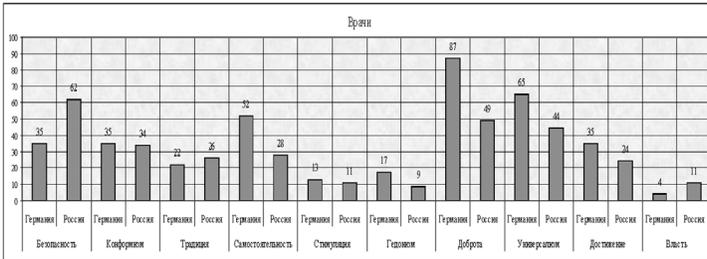
2.2. Канторские служащие



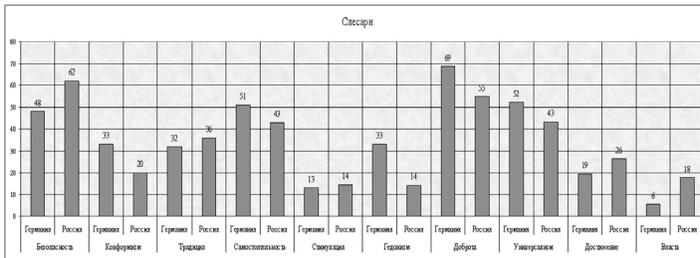
2.3. Инженеры



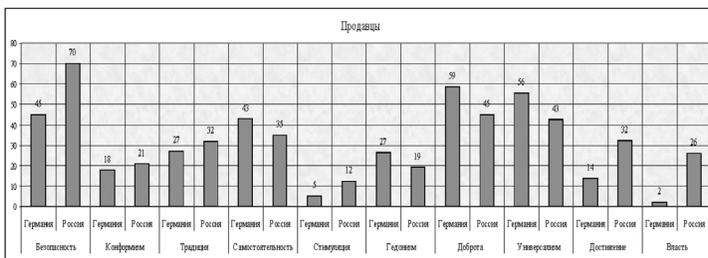
2.4. Преподаватели



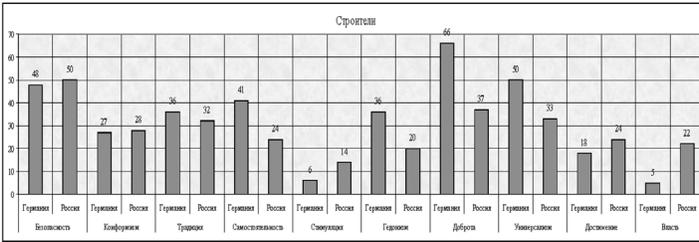
2.5. Врачи



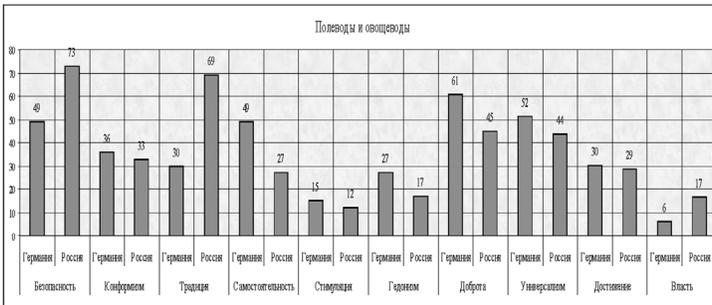
2.6. Слесари



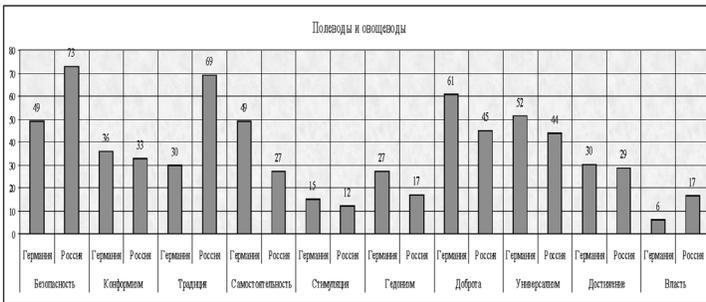
2.7. Продавцы



2.8. Строители



2.9. Операторы



2.10. Полеводы и овощеводы

Источник. Европейское социальное исследование. 4-я волна. 2008 г. 54 988 чел. База: ESS4e02. URL: <http://ess.nsd.uib.no/ess/>

Табл. 3

Степень ориентации профессиональных групп на ценности самосохранения и самообновления (% от числа опрошенных и ранги)

Профессиональные группы	Самосохранение				Самообновление							
	Безопасность		Конформизм		Традиция		Самостоятельность					
	Германия	Россия	Германия	Россия	Германия	Россия	Германия	Россия				
Руководители	45 (4)	65 (1)	26	40	34	37	66 (2)	44 (5)	12	15	38 (5)	17
Конторские служащие	42 (4)	80 (1)	20	37 (5)	27	49 (3)	44 (3)	32	4	11	22	17
Инженеры	40 (4)	60 (1)	25 (5)	35 (5)	22	37	60 (3)	42 (4)	5	13	11	18
Преподаватели	34 (4)	64 (1)	25 (5)	40 (4)	24	33 (5)	57 (3)	49 (3)	2	8	18	14
Врачи	35 (4)	62 (1)	35 (5)	34 (4)	22	26	52 (3)	28 (5)	13	11	17	9
Слесари	48 (4)	62 (1)	33 (5)	20	32	36 (4)	51 (3)	43 (3)	13	14	33 (5)	14
Продавцы	45 (3)	70 (1)	18	21	27 (5)	32	43 (4)	35 (4)	5	12	27 (5)	19
Строители	48 (3)	50 (1)	27	28 (5)	36	32 (4)	41 (4)	24	6	14	36 (5)	20
Операторы	64 (2)	65 (1)	27	31 (5)	44 (4)	51 (2)	37 (5)	31 (5)	7	11	24	10
Полеводы и овощеводы	49 (3)	73 (1)	36 (4)	33 (5)	30 (5)	69 (2)	49 (3)	27	15	12	27	17

Табл. 4

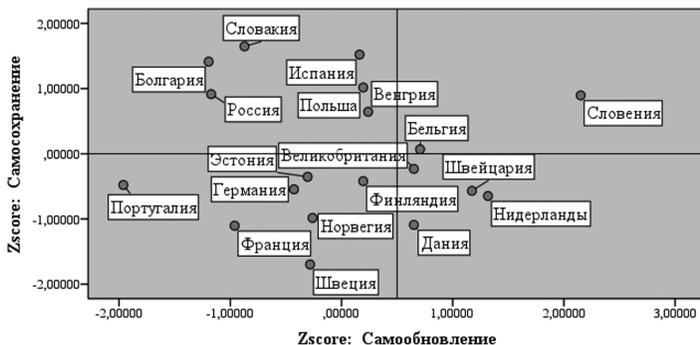
Степень ориентации профессиональных групп на ценности
самоограничения и самоутверждения
(% от числа опрошенных и ранги)

Профессиональные группы	Самоограничение				Самоутверждение			
	Доброта		Универсализм		Достижение		Власть	
	Германия	Россия	Германия	Россия	Германия	Россия	Германия	Россия
Руководители	74 (1)	55 (2)	55 (3)	50 (4)	27	53 (3)	6	30
Канторские служащие	68 (1)	66 (2)	58 (2)	48 (4)	19	29	1	17
Инженеры	62 (1)	45 (3)	61 (2)	46 (2)	19	35 (5)	2	25
Преподаватели	72 (1)	58 (2)	65 (2)	48 (3)	21	40	2	21
Врачи	87 (1)	49 (2)	65 (2)	44 (3)	35 (4)	24	4	11
Слесари	69 (1)	55 (2)	52 (2)	43 (3)	19	26	6	18
Продавцы	59 (1)	45 (2)	56 (2)	43 (3)	14	32 (5)	2	26
Строители	66 (1)	37 (2)	50 (2)	33 (3)	18	24	5	22
Операторы	65 (1)	50 (3)	59 (3)	49 (4)	18	24	5	14
Полководы и овощеводы	61 (1)	45 (3)	52 (2)	44 (4)	30 (5)	29	6	17

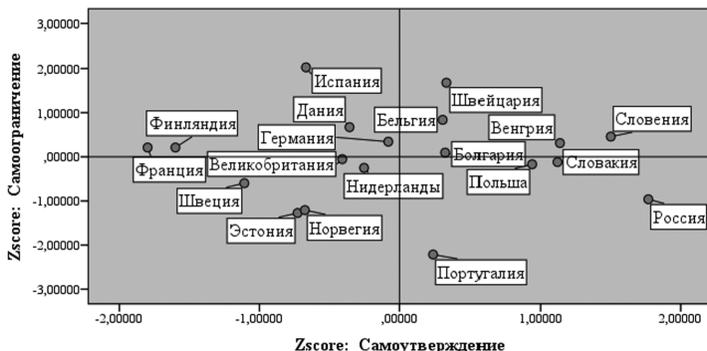
Критерии ранжирования ценностей: 1. Наиболее значимые (ранги 1, 2, 3); 2. Среднезначимые (ранги 4, 5); 3. Малозначимые (ранги 6, 7); 4. Наименее значимые (ранги 8, 9, 10).

Источник. Европейское социальное исследование. 4-я волна. 2008 г. 54 988 чел. База: ESS4e02. URL: <http://ess.nsd.uib.no/ess/>

Рис. 3. Конфигурация европейских стран в пространстве ценностных измерений (z-значения)¹⁰



3.1. Самосохранение-самообновление



3.2. Самоограничение-самоутверждение

Источник: Европейское социальное исследование. 4-я волна. 2008 г. База: ESS4e02 URL: <http://ess.nsd.uib.no/ess/>

¹⁰ Z-значения – величины, которые выражают степень и направление отличия показателей каждой страны от средних по всем обследованным в ESS странам. Положительные величины z-значений свидетельствуют о том, что показатели страны выше средних, а отрицательные величины – о том, что эти показатели ниже средних. Такие оценки выражают степень идентификации населения страны с видами поведения, характерными для различных мотивационных типов ценностей.

Табл. 5

Уровни межличностного доверия в профессиональных группах России и Германии (в % от числа опрошенных)*

Вопрос: «Вы считаете, что большинству людей можно доверять или Вы склоняетесь к мнению, что даже излишняя осторожность в отношениях с людьми не помешает?»

	Россия		Германия	
	Даже излишняя осторожность в отношениях с людьми не помешает	Большинству людей можно доверять	Даже излишняя осторожность в отношениях с людьми не помешает	Большинству людей можно доверять
Руководители	58	27	40	38
Канторские служащие	55	28	32	50
Инженеры	50	27	38	42
Преподаватели	47	36	24	50
Врачи	57	22	26	52
Слесари	64	23	47	32
Продавцы	60	21	49	28
Строители	59	26	48	35
Операторы	54	29	49	38
Полеводы и овощеводы	57	16	41	38

* Приводятся округленные данные по альтернативам: «Даже излишняя осторожность в отношениях с людьми не помешает» (от 0 до 4 баллов по 11-балльной шкале) и «Большинству людей можно доверять» (от 6 до 10 баллов по 11-балльной шкале).

Примечание: Сумма ответов меньше 100 %, так как часть респондентов выбрала среднее значение шкалы (5 баллов).

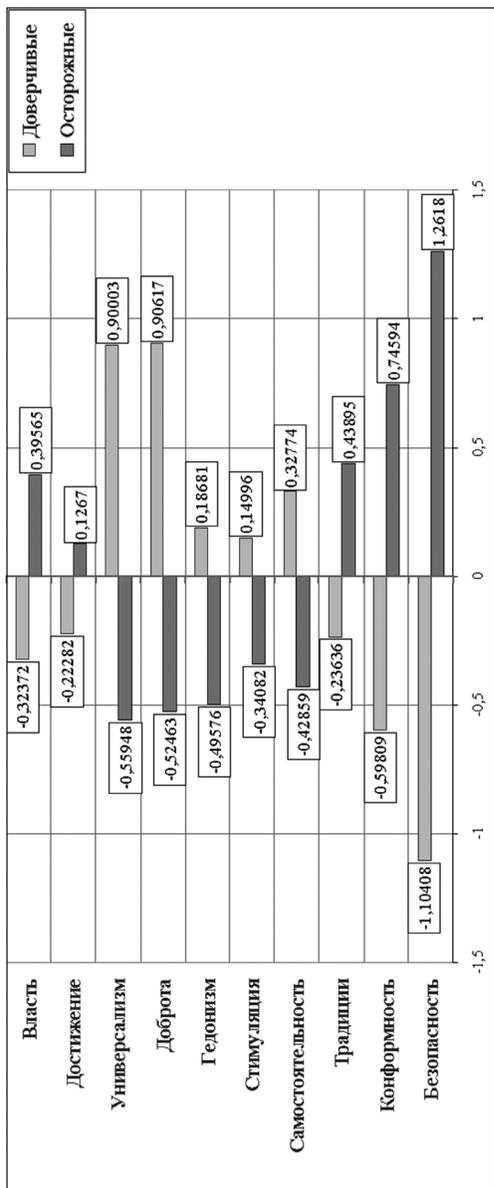


Рис. 4. Взаимосвязь ценностных приоритетов и отношения к большинству людей (z-значения)

Источники: Европейское социальное исследование. 4-я волна. 2008 г. База: ESS4e02. URL: <http://ess.nsd.uib.no/ess/>