

**ПОЛИТИЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОМ
РОССИЙСКОМ МАССОВОМ СОЗНАНИИ:
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

.....

А. В. Селезнева¹

В настоящее время проблема ценностного содержания политической реальности является актуальной и обсуждаемой в научном сообществе. Теоретические и эмпирические исследования ценностей, в том числе и политических, в XX в. осуществлялись на стыке философии, социологии, психологии и политологии. В научной литературе можно встретить более сотни определений понятия «ценность», которые анализируют разные аспекты данной проблемы.

Рассматривая политические ценности в рамках политико-психологического подхода, мы определяем их как политические убеждения и цели индивидуума или общества, отражающие в их сознании устойчивую положительную значимость тех или иных смыслов, принципов и явлений и служащие ориентирами в мире политики.

Изучению данной проблемы посвящен научно-исследовательский проект «Политические ценности и их восприятие в современной России», который осуществляется на кафедре социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М. В. Ломоносова. В статье представлены некоторые результаты первого этапа этого исследования.

Наши данные лишь отражают сегодняшнее ценностное состояние массового сознания, формируют вектор дальнейшего более глубокого психологического изучения содержания политических ценностей разных социальных групп и определяют основания для выявления условий и трендов их дальнейшей трансформации.

Мы можем заключить, что в современном российском обществе существует единая система политических ценностей. Для россиян сегодня наиболее значимы «ценности безопасности» как часть материалистических ценностей (в терминологии Р. Инглхарта). Потребность в безопасности (личной, экономической, политической) характерна для всех групп российского общества вне зависимости от возраста или позиции в идеологическом спектре.

Ценностное состояние российского общества можно все же характеризовать термином «аномия», рассматривая его как ценностную рассогласованность между разными уровнями существования политических ценностей: уровнем производителей ценностей и смыслов (политическими партиями, элитой в целом) и уровнем потребителей ценностно-идеологических продуктов (рядовыми гражданами).

Ключевые слова: политическая психология, политические ценности, массовое сознание, аномия.

¹ Селезнева Антонина Владимировна – кандидат политических наук, старший преподаватель кафедры социологии и психологии политики факультета политологии Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова. Эл. почта: ntonina@mail.ru

Изучение ценностей осуществляется в российской и зарубежной науке довольно давно с разных теоретико-методологических позиций: философских, культурологических, социологических, политологических, психологических. При этом в фокусе исследовательского интереса ученых находятся ценности универсальные, базовые, морально-нравственные и т.п. Однако вопросам политических ценностей посвящена небольшая часть этого богатого научного наследия.

На протяжении длительного времени размышлениями о политических ценностях занимались в основном философы в контексте построения политико-идеологических концепций. Самостоятельным предметом изучения политические ценности становятся приблизительно во второй половине XX в., когда появляются специальные политико-социологические и политико-психологические теоретические разработки и эмпирические исследования (М. Рокич, Р. Инглхарт, Ш. Шварц и др.) [Rokeach, 1973; Inglehart, 1997; Schwartz, 1992]. Эти ставшие уже классическими работы сформировали фундаментальную научную базу, на основе которой и по сей день осуществляются масштабные исследовательские проекты по изучению политических ценностей².

В российской политической науке традиция изучения политических ценностей насчитывает чуть более двух десятилетий. За это время было проведено несколько крупных исследований ценностей массового политического сознания, которые носили преимущественно социологический характер, фиксировали структуру ценностных ориентаций граждан и обозначали состояние общества разными терминами (ценностный вакуум, ценностный раскол, ценностный кризис и т.п.) [Капустин, Клямкин, 1994; Лапин, 1996; Базовые ценности россиян..., 2003; Петухов, 2011]. При этом основной упор в них был сделан на выявление спектра ориентаций граждан в ценностном континууме «советские — либерально-демократические» и выделение в структуре общества разных ценностных кластеров.

За скобками в этих случаях оставалась психологическая природа выявленных размежеваний, а ведь именно с точки зрения психологии возможно объяснить столь длительный ценностный поиск и идеологические метания, которые происходят в нашей стране и по сей день.

Изучению данной проблемы и посвящен научно-исследовательский проект «Политические ценности и их восприятие в современной России», который начал осуществляться на кафедре социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова в 2013 г. Проект предполагает комплексное психологическое изучение политических ценностей в разных аспектах: политико-культурном, партийно-идеологическом, социально-демографическом.

² Например: Европейское исследование ценностей (European Values Study), Всемирное исследование ценностей (World Values Survey), Европейское социальное исследование (European Social Survey)

Наша исследовательская модель предполагает выделение двух уровней изучения политических ценностей: верхнего (политические ценности в структуре партийных идеологий) и нижнего (политические ценности массового сознания).

Политические ценности мы определяем как обобщенные идеи и убеждения о совершенстве в сфере политики, являющиеся ориентирами для политических оценок, желаемых конечных целей жизнедеятельности, политико-идеологических ориентаций, и рассматриваем их в качестве наиболее рациональных компонентов политического сознания и поведения. В рамках нашего подхода политические ценности обладают рядом особенностей:

- количество политических ценностей довольно ограничено;
- политические ценности иерархически упорядочены и системно организованы,
- политические ценности выражаются в абстрактных категориях и тесно связаны с политическими представлениями, раскрывающими смысл ценностных конструктов.

Очень важно отметить, что с психологической точки зрения политические ценности как наиболее устойчивые и смыслообразующие компоненты необходимо отличать от таких ситуативно обусловленных и эмоционально окрашенных психических состояний, как настроения, которые характеризуются низкой степенью осознанности, легко формируются каналами коммуникации и могут быть направлены на любые политические объекты [Евгеньева, Селезнева, 2013]. Политические настроения, в нашем случае массовые, способны быстро изменяться под влиянием ситуативного контекста, но это отнюдь не означает изменения ценностей. Данное замечание очень существенно, поскольку в политологической научной литературе часто встречается смешение указанных понятий.

Политические ценности продуцируются сверху политическими институтами (государством, президентом, политическими партиями), представляются в политических документах, текстах, программных и агитационных материалах и транслируются с помощью средств массовой политической коммуникации. Интериоризация существующих в обществе политических ценностей в структуру личности гражданина происходит в процессе политической социализации под влиянием ее институтов и агентов (семьи, школы, СМИ, политических партий и молодежных организаций и т.д.).

Политические ценности входят в более общую структуру базовых (на уровне массового сознания) или универсальных (в рамках партийных идеологий) ценностей. В нашем исследовании мы акцентируем внимание именно на политических ценностях, оставляя за скобками нашего анализа базовые и универсальные ценностные категории (семья, любовь, здоровье и т.п.).

Методологическую базу исследования составляет комплекс политико-психологических методик, который носит количественно-качественный характер (анкетирование, глубинные интервью, методика Р. Инглхарта, ассоциативные и проективные тесты, контент-анализ документов). Реализация проекта предполагает несколько этапов, на каждом из которых решаются определенные задачи.

В марте-августе 2013 г. состоялся первый этап проекта, в рамках которого был проведен качественный контент-анализ актуальных программ российских политических партий, представленных в Государственной Думе ФС РФ, и всероссийский анкетный опрос с выборкой 2037 респондентов, сбалансированной по полу, возрасту, образованию и региону проживания. Анализ программных документов был направлен на выявление спектра декларируемых политическими партиями политических ценностей и их содержательных различий. Анкетный опрос был нацелен на определение ценностной структуры массового сознания и ее взаимосвязи с политическими и идеологическими ориентациями, разными формами политического участия и поведения. При этом были предусмотрены основные линии анализа:

- политические ценности граждан по шкале «материализм/постматериализм»;
- иерархия политических ценностей россиян;
- демократические ценности в сознании россиян;
- партийно-идеологические ценности в сознании россиян;
- политические ценности разных социальных групп (поколенческие общности, партийные и беспартийные, сторонники власти и оппозиции и т.д.).

Изучение политических ценностей в рамках проекта осуществляется коллективом исследователей, в котором каждый имеет свой собственный фокус научного анализа. В данной статье остановимся лишь на первых двух из указанных исследовательских направлений, которые входят в сферу научных интересов автора.

Результаты исследования и их обсуждение

Политические ценности граждан по шкале «материализм/постматериализм». Изучение политических ценностей россиян в рамках дихотомии «материалистические/постматериалистические» стало уже традиционным для политической психологии. Обозначенная Р. Инглхартом детерминация политических ценностей неудовлетворенными потребностями разного уровня позволяет взглянуть на них с чисто психологических позиций.

Полученные нами данные показывают, что в сознании россиян доминируют материалистические ценности, актуализированные неудовлетворенными потребностями низшего уровня (физиологическими и безопасности). Из шести индикаторов, имеющих наибольшее значение по результатам исследования,

пять являются индикаторами материалистичности (табл. 1). При этом ключевые индикаторы связаны главным образом с волнующими граждан экономическими вопросами: «достижение высокого уровня экономического развития» (43,2%), «стабильная экономика» (35,9%), «борьба с ростом цен» (28,4%).

Таблица 1

Политические ценности россиян по шкале «материализм/постматериализм»

Индикаторы	%	Индикаторы	%	Индикаторы	%
Достижение высокого уровня экономического развития	43,2	Сохранение порядка в стране	36,4	Стабильная экономика	35,9
Обеспечение надежной обороноспособности страны	26,8	Предоставление народу возможности больше влиять на важные решения	23,8	Движение от обезличенного к более гуманному обществу	12,6
Создание условий, когда люди имеют больше возможностей решать	19,6	Борьба с ростом цен	28,4	Движение к обществу, в котором человек ценится больше денег	27,2
Попытка сделать города и села более красивыми	8,4	Защита свободы слова	10,6	Борьба с преступностью	23,5
Затрудняюсь ответить	2,0	Затрудняюсь ответить	0,9	Затрудняюсь ответить	0,9

Концепция Р. Инглхарта о материалистических и постматериалистических ценностях служит одной из фундаментальных теоретико-методологических основ нашего исследования. Если следовать концепции Р. Инглхарта, в целом каждое последующее поколение должно жить в большем материальном достатке, чем предыдущее (опираясь на теорию потребностей А. Маслоу), т.е. должно ощущать большую социальную и экономическую безопасность и ориентироваться на реализацию высших социальных и духовных потребностей. Данная модель может работать лишь в том случае, если история развивается по восходящей линии. Реалии жизни показывают, что зигзаги исторического развития по-разному отражаются на соотношении материалистических и постматериалистических ориентаций поколений.

Социокультурный кризис 1990-х гг., сопровождавшийся в России кардинальными экономическими и политическими преобразованиями, разрушил сформированную у граждан политическую картину мира [Евгеньева, 2013]. В результате преобладающими в сознании оказались именно материалистические ценности, актуализированные неудовлетворенными физиологическими потребностями и потребностями в безопасности. Причем это было характерно для всех поколенческих общностей [Андреевкова, 1994].

Период стабилизации, связанный с социально-экономическими и политическими преобразованиями В. Путина, казалось бы, должен был привести к некоторому ценностному сдвигу в сторону постматериалистичности. Однако, как показывают наши исследования, на рубеже 2000-2010-х гг. материалистические ценности в сознании людей по-прежнему преобладали. На тот момент вряд ли можно было однозначно говорить о более постматериалистических молодых когортах в противовес более материалистическим старшим, поскольку даже самое молодое поколение россиян (путинское) устойчиво демонстрировало высокий уровень актуализации материалистических ценностей [Селезнева, 2011b].

Результаты исследования 2013 г. также подтвердили, что материалистические ценности все еще преобладают. Подобное состояние ценностного пласта массового сознания, на наш взгляд, является ответом людей на социально-экономические и политические условия их жизни, в которых они не чувствуют себя защищенными и не уверены в завтрашнем дне. Данные ВЦИОМ показывают, что на протяжении двух лет (с середины 2010 до середины 2012 г.) количество респондентов, которые на вопрос «Чувствуете ли Вы уверенность в завтрашнем дне?» отвечают «скорее нет» и «нет», постепенно растет (от 48 до 52%) [Мониторинг общественного мнения, 2012, с. 116]. Справедливости ради стоит отметить, что этот рост не носит постепенного линейного характера. За представленный период наблюдаются определенные колебания в сторону большего увеличения количества людей, ощущающих беспокойство за свое будущее. Так, пик неуверенности приходится на середину 2011 г., когда данный показатель равнялся 61%.

Иерархия политических ценностей россиян. Для выявления спектра политических ценностей в российском массовом сознании мы предлагали респондентам в числе прочих вопросов определить значимость для них ценностных понятий по шкале от -1 до 3. Список понятий был составлен на основе использованного нами ранее набора слов-ценностей [Селезнева, 2011a], дополненного по результатам контент-анализа программ политических партий. В результате статистической обработки полученных данных было выявлено, что наиболее значимыми политическими ценностями являются *мир* (71,5%), *безопасность* (69,9%), *законность* (67,1%), *права человека* (65,9%), *порядок* (65,7%), *справедливость* (61,7%), *свобода* (58%). Наименее значимы для россиян ценности *национализма* (25,9%), *коллективизма* (11,5%) и *толерантности* (7,3%).

Полученная нами иерархия политических ценностей отражает ценностную палитру массового сознания лишь в самом общем виде. Фиксация ценностных предпочтений в виде абстрактных политических категорий — это лишь отправная точка для дальнейшего глубинного психологического анализа содержательного их наполнения. Однако уже сейчас можно обозначить некото-

Таблица 2

Политические ценности россиян (результаты оценочного шкалирования), %

Политические ценности	Отрицательное значение	Не имеет значения	Имеет небольшое значение	Довольно значимо	Очень значимо
Равенство	4,8	15,1	20,8	31,8	27,5
Демократия	3,7	17,1	22,3	32,5	24,4
Частная собственность	3,5	13,4	20,5	31,7	30,9
Национализм	25,9	27,5	20,3	16,3	10,0
Традиционность	3,8	25,7	26,0	26,0	18,5
Стабильность	1,0	8,7	10,5	28,2	51,6
Солидарность	2,8	21,2	26,3	29,0	20,7
Толерантность	7,3	20,5	22,9	25,2	24,1
Мир	0,7	6,4	5,9	15,5	71,5
Порядок	0,7	5,4	5,5	22,7	65,7
Свобода	0,6	6,9	8,9	25,5	58,0
Законность	0,5	6,1	6,0	20,3	67,1
Патриотизм	1,4	10,9	16,7	28,6	42,4
Безопасность	0,4	5,9	5,6	18,3	69,9
Справедливость	0,6	7,7	8,2	21,7	61,7
Коллективизм	11,5	27,9	24,4	22,2	14,1
Индивидуальная инициатива	1,9	16,1	23,7	33,6	24,8
Права человека	0,5	5,8	6,3	21,6	65,9

рые вырисовывающиеся тренды, подтверждающиеся как результатами наших предыдущих исследований, так и данными наших коллег.

По результатам наших предыдущих исследований политические ценности *мир, законность, порядок, безопасность, свобода и справедливость* составляют верхний уровень ценностной иерархии россиян на протяжении последних пяти лет [Селезнева, 2012]. Схожие данные были получены и нашими коллегами из ВЦИОМ, зафиксировавшими актуальность ценностей порядка и справедливости [Политические и мировоззренческие ценности..., 2008; Социальные факторы..., 2010]. В рамках европейских исследований Россия демонстрирует высокий уровень ценностного индекса безопасности [Магун, Руднев, 2008].

А.Г. Бызов приводит данные, полученные в результате исследований Института социологии РАН, согласно которым в 2012 г. около 68% россиян считали, что «страна нуждается в стабильности, это важнее, чем перемены» [Бызов, 2012, с. 145].

По данным исследования Института социологии РАН, представления россиян о желаемом будущем устройстве страны основаны на идеях социальной справедливости, равных прав для всех, демократии и свободе самовыражения личности. При этом среди ключевых компонентов демократического общества наиболее значимым является «равенство всех граждан перед законом» (77% опрошенных) [Петухов, Бараш, 2012, с. 7]. Эти данные определенным образом подтверждают полученный нами запрос россиян на права и свободы, причем не как факт их наличия, а скорее как практику их реализации, соблюдение их в соответствии с установленными законом нормами. Данное обстоятельство проистекает из особенностей современных реалий, когда права вроде бы у всех равны, но у простых граждан, не обладающих властными и материальными ресурсами, они часто нарушаются со стороны органов государственной власти и правопорядка.

Некоторые выводы

В целом полученные на первом этапе проекта результаты отражают лишь фиксированное на сегодняшний день ценностное состояние массового сознания и формируют векторы дальнейшего глубинного психологического исследования содержания политических ценностей у разных социальных групп, выявления причин такого состояния и тенденций их возможных дальнейших трансформаций. В силу особенностей социально-политических процессов россияне не испытывают уверенности в завтрашнем дне, их базовые потребности остаются все еще неудовлетворенными, несмотря на относительную стабильность в стране. Все это актуализирует ценности безопасности, мира, порядка, стабильности и законности. Политические партии, ориентируясь на запросы избирателей, декларируют в своих программах эти политические ценности, наполняя их разным смыслом и содержанием в зависимости от своей политической ориентации.

Российские граждане довольно активно участвуют в политике, ходят на массовые политические мероприятия, голосуют на выборах за те политические силы, которые, на их взгляд, способны улучшить жизнь. В то же время практической реализации политических ценностей как со стороны политических партий, так и со стороны руководства страны в полной мере не происходит. Возникает своего рода замкнутый круг, когда одни и те же наиболее общие, базовые политические ценности (мир, безопасность, законность, порядок) остаются высокоактуализированными в течение длительного времени.

Исследователи по-разному определяют современное состояние российского массового сознания. Некоторые отечественные ученые считают, что после ценностного консенсуса или баланса 2000-х гг. на базе путинской метаидеологии в первые годы нового десятилетия наметилась тенденция его распада на уровне руководства страны: «Действия властей показывают, что

путинский режим ощущает себя не слишком уверенно в условиях распада прежнего баланса и пытается выстроить новый» [Бызов, 2013, с. 8]. Однако никаких существенных перемен в структуре идейно-политических предпочтений россиян не происходит и «ценностные предпосылки для воссоздания идеологического баланса сохраняются» [Бызов, 2013, с. 8].

Результаты наших исследований 2013 г. и прошлых лет позволяют нам согласиться с мнениями коллег. Мы также не наблюдаем серьезных трансформаций ценностей массового сознания, которые могли бы свидетельствовать о глубоком кризисе в головах людей. С точки зрения механизмов ценностных изменений пока все еще можно говорить о существовании консенсуса или баланса в отношении ключевых ценностных конструктов на уровне российских граждан. Что же касается их содержания, то смысловое наполнение людьми важных для них ценностных понятий осуществляется на основе синтеза многочисленных неструктурированных и порой противоречивых представлений о политике, политических процессах и событиях. «Идеологическая каша» в политическом сознании людей, которая выражается в изменчивости их представлений о субъектах и формах реализации их политических ценностей под влиянием многочисленных и разнонаправленных информационных потоков, часто представляется учеными как свидетельство наличия в обществе ценностных расколов или даже аномии, хотя с психологической точки зрения это не совсем так.

Вопрос о наличии или отсутствии в российском обществе аномии, индикаторами которой могут выступать политические ценности, с нашей точки зрения, требует уточнения, основанного на понимании психологической природы политических ценностей. Аномию следует рассматривать не как ценностный вакуум, а скорее как ценностную рассогласованность (по Р. Мертону). При этом не совсем правомерно вести речь о полномасштабной ценностной рассогласованности на уровне массового сознания в современной России. Палитра политических ценностей претерпевает, конечно, с течением времени некоторые изменения, в ценностной иерархии какие-то концепты меняются местами. Но глобально набор наиболее важных для людей политических ценностей остается все тем же, что подтверждается многочисленными исследованиями. Другое дело содержательное наполнение ценностных конструктов, на которые ориентируются граждане. Вот тут как раз и наблюдается существенное смешение понятий и «каша в головах». То есть эта самая рассогласованность существует главным образом на уровне политических представлений граждан о том, кто и как может реализовать их ценности и потребности. Это, на наш взгляд, первый уровень рассогласованности, психологический, существующий в массовом сознании.

Второй уровень рассогласованности связан с отсутствием четких партийных идеологий, которые могли бы предложить россиянам понятный и отвеча-

ющий их запросу набор политических ценностей. То есть рассогласованность существует на уровне всего общества между верхним и нижним уровнем существования политических ценностей (по нашей модели), между предлагаемыми политическими партиями наборами идей и ориентиров и актуализированными в массовом сознании политическими ценностями. Об этом пишут многие отечественные исследователи, анализируя реализацию политическими партиями идеологической функции. Например, по мнению В. В. Петухова, партиям все меньше удается реализовывать функцию идеологической и политической идентификации, поскольку «старый спор между левыми и правыми истощил свою способность пояснять проблемные темы и предоставлять достоверную картину реальности» [Петухов, 2011, с. 40].

Таким образом, ценностное состояние российского общества можно характеризовать термином «аномия», рассматривая его как ценностную рассогласованность между разными уровнями существования политических ценностей: уровнем производителей ценностей и смыслов (политическими партиями, элитой в целом) и уровнем потребителей ценностно-идеологических продуктов (рядовыми гражданами).

Библиографический список

1. Андреевкова, А. В. (1994). Постматериалистические / материалистические ценности в России. *Социологические исследования*, (11), 73–81.
2. Бызов, А. Г. (2012). Представления и мечты россиян об устройстве России через призму ценностных и идейных противоречий общества. *Россия реформирующаяся*, (11), 142–168.
3. Бызов, А. Г. (2013). Избирательный цикл 2011–2012 годов через призму ценностных и идейных противоречий общества. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, (2), 5–12.
4. Горшков, М. К. (ред.). (2010). *Социальные факторы консолидации российского общества: социологическое измерение*. Москва: Новый хронограф.
5. Евгеньева, Т. В. (2013). Роль исторической памяти в процессе политической социализации граждан России (политико-психологический анализ). *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*, 3 (15), 70–79.
6. Евгеньева, Т. В., Селезнева, А. В. (2013). *Психология массовой политической коммуникации*. Москва: Издательство Московского университета.
7. Капустин, Б. Г., Клямкин, И. М. (1994). Либеральные ценности в сознании россиян. *Политические исследования*, (1-2), 68–92.
8. Лапин, Н. И. (1996). Модернизация базовых ценностей россиян. *Социологические исследования*, (5), 3–20.
9. Магун, В., Руднев, М. (2008). Жизненные ценности российского населения: сходства и различия в сравнении с другими европейскими странами. *Вестник общественного мнения*, (1), 33–58.

10. Петухов, В. В. (2011, Январь/Февраль). Ценностная палитра современного российского общества: «идеологическая каша» или поиск новых смыслов. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 1 (101), с. 6–23.
11. Петухов, В. В., Бараш, Р. Э. (2012, Сентябрь/Октябрь). Хотят ли россияне демократию, и, если хотят, то какую? *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 5 (111), с. 46–58.
12. Политические и мировоззренческие ценности россиян. (2008). Режим доступа: http://www.inop.ru/files/4_1_2007_184_2.doc
13. Рябов А. В., Курбангалеева Е. Ш. (ред.). (2003). *Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы*. Москва: Дом интеллектуальной книги.
14. Селезнева, А. В. (2011b). Политико-психологический анализ политических ценностей современных российских граждан: поколенческий срез. *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*, 3 (15), 22–33.
15. Селезнева, А. В. (2011a). Методология исследования политических представлений и ценностей. *Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки*, (2), 42–53.
16. Селезнева, А. В. (2012). *Политические представления и ценности россиян*. Москва: Издательство Московского университета.
17. Федоров, В. В. (ред.). (2012, Июль/Август). Результаты опросов общественного мнения: июль-август 2012. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 4 (110), с. 116.
18. Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization. Cultural, economical and political change in 43 societies*. Princeton: Princeton University Press.
19. Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
20. Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values. *Advances in experimental social psychology*, 25, 1–65.

Статья поступила в редакцию 20.01.2014.

.....

POLITICAL VALUES IN CONTEMPORARY RUSSIAN MASS CONSCIOUSNESS: PSYCHOLOGICAL ANALYSIS

A. V. Selezneva

Dr. Antonina V. Selezneva, Cand. Sci. (Political Science), Moscow State University, Faculty for Political Science, Chair for sociology and political psychology, senior lecturer.
E-mail: ntonina@mail.ru.

Today the problem of value content of political reality is topical and discussed in scientific society. Theoretical and empirical researches of values, including political ones, in the 20th century were carried out at the intersection of philosophical, sociological, psychological and political sciences. More than hundred definitions of *value* notion can be found in scientific literature analyzing different aspects of the problem.

Considering political values in the frames of political-psychological approach, we define them as political beliefs and objectives of an individual or a society, reflecting in their men-

tality stable meaningfulness of these or those senses, principles and phenomena, which are landmarks in the world of politics.

Political values and their perception by Russian citizens project is devoted to the study of the problem and is carried at the chair for sociology and political psychology of Moscow State University. This article presents some results of the first stage of the research.

Our data just reflect contemporary state of value of popular mentality; build the vector of further deeper psychological study of political values' content for different social groups and define the grounds for discovering the conditions and trends of their further transformations.

We can conclude that in the modern Russian society there is a unite system of political values, the most notional being *security values* as a part of materialistic values (in terms by R. Inglehart). The need for security (personal, economic and political) is characteristic for all the groups of Russian society independently of age and position in ideological spectrum.

The value condition of Russian society can be nevertheless characterized by anomy word considering it as value discordance between different levels of the existence of political values: the level of value and sense producers (political parties, elite as a whole) and the level of the users of political value products (ordinary people).

Key words: political psychology, political values, popular mentality, anomy.

References

1. Andreenkova, A. V. (1994). Postmaterialisticheskie / materialisticheskie tsennosti v Rossii [Postmaterialistic/materialistic values in Russia]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies], (11), 73–81.
2. Byzov, L. G. (2012). Predstavleniya i mechti rossiyan ob ustroystve Rossii cherez prizmu tsennistnykh i ideynih protivorechiy obschestva [Representations and dreams of Russians about the device of Russia through value and ideological contradictions of society]. *Rossiya reformiruyushchayasya* [Russia reformed], (11), 142–168.
3. Byzov, L. G. (2013). Izbiratel'nyy tsikl 2011–2012 godov cherez prizmu tsennostnykh i ideynykh protivorechiy obschestva [2011–2012 Election Cycle through Value and Ideological Contradictions of Society]. *Monitoring obschestvennogo mneniya* [Monitoring of Public Opinion], (2), 5–12.
4. Evgenieva, T. V., & Selezneva, A. V. (2013). *Psihologiya massovoy politicheskoy kommunikatsii* [Psychology of Mass Political Communication]. Moscow: Moscow University Press.
5. Evgenyeva, T. V. (2013). Rol' istoricheskoy pamyati v protsesse politicheskoy sotsializatsii grazhdan Rossii (politico-psihologicheskiy analiz) [The Role of Historical Memory in the Political Socialization Process of Russian Citizens (Political-psychological Analysis)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya* [Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science], 3 (15), 70–79.
6. Fedorov, V. V. (Ed.). (2012, July/August). Rezul'taty oprosov obschestvennogo mneniya: iyul'-avgust 2012. [Results of polls: July-August 2012]. *Monitoring obschestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsialnie peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic & Social Changes], 4 (110), p.116.
7. Gorshkov, M. K. (Ed.). (2010). *Sotsialnie faktori konsolidatsii rossiyskogo obschestva: sotsiologicheskoe izmerenie* [Social factors of consolidation of Russian society: a sociological dimension]. Moscow: Novyy khronograf.

8. Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization. Cultural, economical and political change in 43 societies*. Princeton: Princeton University Press.
9. Kapustin, B. G., & Klyamkin, I. M. (1994). *Liberal'nie tsennosti v soznanii Rossiyan* [Liberal values in the minds of Russians]. *Politicheskie issledovaniya* [Political researches], (1-2), 68–92.
10. Lapin, N. I. (1996). Modernizatsiya bazovih tsennostey Rossiyan [Modernization of the basic values of Russians]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies], (5), 3–20.
11. Magun, V., & Rudnev, M. (2008). Zhiznennye tsennosti rossiyskogo naseleniya: shodstva i razlichiya v sravnenii s dbugimi evropeyskimi stranami [Life Values of the Russian Population: Similarities and Differences in Comparison to other European Countries]. *Vestnik obschestvennogo mneniya* [The Russian Public Opinion Herald], (1), 33–58.
12. Petukhov, V. V., & Barash, R. E. (2012, September/October). Hotyat li rossiyanе demokratiyu, I, esli hotyat, to kakuyu? [Do Russians Want Democracy, If So, What Kind of Democracy?]. *Monitoring obschestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsialnie peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic & Social Changes], 5 (111), pp. 46–58.
13. Petukhov, V.V. (2011, January/February). Tsennostnaya palitra sovremennogo rossiyskogo obschestva: "ideologicheskaya kasha" ili poisk novih smislov? [Valuable palette of contemporary Russian society: "ideological mess" or search for new meanings?]. *Monitoring obschestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsialnie peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic & Social Changes], 1 (101), pp. 6–23.
14. Politicheskiye i mirovozzrencheskiye tsennosti rossiyan [Political and ideological values of Russians]. (2008). Retrieved from http://www.inop.ru/files/4_1_2007_184_2.doc
15. Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
16. Ryabov A. V., & Kurbangaleeva E. Sh. (Eds.). (2003). *Bazovye tsennosti rossiyan: Sotsialnye ustanovki. Zhiznennye strategii. Simvoli. Mifi* [Basic Values of Russians: Social attitudes. Life strategies. Symbols. Myths]. Moscow: Dom intellektual'noy knigi.
17. Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values. *Advances in experimental social psychology*, 25, 1–65.
18. Selezneva, A. V. (2011a). Metodologiya issledovaniya politicheskikh predstavleniy i tsennostey [Methodology of Studying Political Representation and Values]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 12. Politicheskiye nauki* [Moscow University Bulletin. Series 12. Political Science], (2), 42–53.
19. Selezneva, A. V. (2012). *Politicheskiye predstavleniya i tsennosti rossiyan* [Political Views and Values of the Russian People]. Moscow: Moscow University Press.
20. Selezneva, A.V. (2011b). Psihologicheskii analiz politicheskikh tsennostey sovremennykh rossiyskikh grazhdan: pokolencheskiy aspekt [Psychological Analysis of Political Vales in Contemporary Russian Public: Generational Aspect]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiy* [Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science], 3 (15), 22–33.