

Гендерные различия по индивидуальным ценностям у представителей поколения миллениалов*

И. Е. Ржанова^{1а}, О. С. Алексеева¹, А. С. Альбов², Ю. А. Бурдукова²

¹ Психологический институт Российской академии образования,
Российская Федерация, 125009, Москва, ул. Моховая, 9

² Московский государственный психолого-педагогический университет,
Российская Федерация, 127051, Москва, ул. Сретенка, 29

Для цитирования: Ржанова И. Е., Алексеева О. С., Альбов А. С., Бурдукова Ю. А. Гендерные различия по индивидуальным ценностям у представителей поколения миллениалов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология. 2022. Т. 12. Вып. 3. С. 249–264.
<https://doi.org/10.21638/spbu16.2022.302>

Целью данного исследования является изучение гендерных различий по базовым индивидуальным ценностям у представителей поколения миллениалов и старших поколений. Ценности представляют собой устойчивые характеристики человека, которые определяют его цели, суждения, поступки и поведение. Структура ценностей зависит от различных факторов, например от возрастной и гендерной принадлежности, социального статуса, образования и др. Особый интерес вызывают поколенческие различия, которые могут оказывать влияние на формирование ценностей. Основной фокус работы сосредоточен на исследовании поколения миллениалов, которые сейчас составляют наиболее активную часть населения. Всего в исследовании приняло участие 949 человек, 528 женщин и 421 мужчина в возрасте от 18 до 70 лет. Респонденты были разделены на три группы в соответствии с годами их рождения: поколение застоя (315 человек, 46 % женщины), реформенное поколение (310 человек, 61 % женщины), поколение миллениалов (324 человека, 59 % женщины). Для оценки ценностей использовался Портретный опросник С. Шварца. Опросник позволяет выявить предпочтения по 10 базовым ценностям: Безопасность, Конформность, Традиция, Самостоятельность, Риск-новизна, Гедонизм, Достижения, Власть-богатство, Благожелательность, Универсализм. К основным результатам исследования можно отнести выявленные гендерные различия в группе миллениалов по ценностям Самостоятельность, Безопасность и Власть. Мужчины реформенного поколения (выросшие в 1990-е гг.) значительно сильнее ценят Риск-новизну, чем женщины реформенного поколения и представители поколения застоя. Одинаковую ценность среди мужчин и женщин независимо от возраста в нашем обществе имеют Конформность, Традиция, Гедонизм и Достижения. В целом по сравнению со старшими поколениями молодые люди — миллениалы отдают предпочтение ценностям Самоутверждения и Открытости изменениям в противовес ценностям Сохранения и Заботы о людях и природе.

Ключевые слова: ценности, поколенческие различия, гендерные различия, миллениалы, портретный опросник С. Шварца.

* Исследование выполнено в рамках госзадания FNRE-2021-0001.

^а Автор для корреспонденции.

Введение

В самом общем виде ценности можно определить как довольно устойчивые широкие жизненные цели, которые имеют особую важность в жизни человека и определяют его восприятие, суждения и поведение (Rokeach, 1973; Schwartz, 1992). Ценностная структура иерархически упорядочена, причем на характер данной иерархии могут оказывать влияние множество факторов, таких как пол, возраст, образование, принадлежность к определенному социальному классу и многие другие. Большинство исследователей сходятся во мнении о том, что ценности являются относительно стабильными характеристиками, однако существует ряд работ, в которых показана трансформация ценностной структуры под влиянием событий частной жизни, а также под влиянием масштабных социокультурных изменений, выпавших на период взрослой жизни индивида (Hellevik, 2002). Исследования ценностной динамики в ходе жизненного цикла человека показывают, что по мере того как люди взрослеют, они все больше склонны разделять коллективистские и консервативные ценности и становятся все менее открытыми для изменений и самосовершенствования (Erikson, 1997; Smith, Schwartz, 1997, Stevens-Long, 1990).

Особый пласт в изучении ценностей занимают межпоколенческие исследования. Понятие «поколение» широко используется в различных областях научного знания. В общественных и гуманитарных науках поколением принято называть группу индивидов, которых объединяет время и место рождения, возраст, а также общие условия формирования, оказавшие влияние на социальные установки, жизненные сценарии и нормы поведения ее представителей (Кон, 1967; Глотов, 2004; Рикель, 2019; Smola, Sutton, 2002). Предполагается, что важные социальные, политические и экономические события, которые происходят в обществе в конкретный исторический период, приводят к формированию так называемой «идентичности» поколения, состоящей из отличительного набора ценностей, убеждений, ожиданий и поведения, которые остаются относительно стабильными на протяжении всего периода жизни поколения (Inglehart, 1997; Strauss, Howe, 1991).

Особое значение в периодизации поколений играет период взросления их представителей, именно данный период и определяет исторические рамки поколения. Научные данные свидетельствуют о том, что поздний подростковый и юношеский возраст имеют первостепенное значение в становлении ценностно-мотивационной сферы индивида (Daniel, Benish-Weisman, 2018). Таким образом, важные исторические и социокультурные события, выпавшие именно на этот период жизни представителей поколения, являются определяющими для формирования его идентичности. В российской социологической науке существуют несколько моделей периодизации поколений российских и советских граждан. Так, Ю. А. Левада предложил следующую периодизацию: «революционный перелом», «сталинская мобилизация», «военный и послевоенный период», «оттепель», «застой», а также поколение «перестройки и реформ» — к последнему относятся люди, чье взросление пришлось на период с 1985 по 1999 г. (Левада, 2001). Позже В. В. Радаев предложил классификацию, включающую себя шесть поколений, основанием для которой стали крупные исторические процессы и события, синхронизированные не с годами рождения, а с периодами становления личности (17–25 лет), при этом

рамки разных поколений варьируют от 8 лет до 21 года (Радаев, 2018). В соответствии с этой классификацией выделяют:

- мобилизационное поколение — период взросления данного поколения выпал на чрезвычайно сложное военное и послевоенное время (1941–1956 гг.);
- поколение хрущевской оттепели — взросление представителей данного поколения выпало на период с 1956 по 1964 г. Именно к этому поколению относятся советские «шестидесятники», во многом сильно повлиявшие на ход демократических реформ 1980–1990 гг.;
- поколение застоя — становление данного поколения пришлось на период брежневского застоя (1964–1984 гг.). Радаев подчеркивает некоторое сходство с американским поколением беби-бумеров;
- реформенное поколение — взросление представителей данного поколения пришлось на период горбачевской перестройки, развала СССР и ельцинских реформ (1985–1999 гг.);
- миллениалы — люди, чье взросление пришлось на относительно стабильный период в истории России, период путинского застоя (2000–2016 гг.). Миллениалы на данном историческом этапе являются одной из основных движущих сил экономической и политической жизни страны, что, прежде всего, связано с большой численностью данной группы и с тем фактом, что представители поколения миллениалов вступили в самый экономически активный период жизни. В связи с этим психологические и социологические исследования данной части российского общества имеют особое значение.

В российском исследовании 2016 г. было продемонстрировано, что миллениалы в качестве наиболее важных терминальных ценностей выбирают наличие «хорошей семьи», «обеспеченную жизнь» и «интересную работу» (Корж, Щанина, 2016). При сравнении с представителями других поколений молодые люди значимо выше оценивают свободу самовыражения и значимо ниже уважение со стороны общества, чем люди старше 55 лет. Анализ инструментальных ценностей показал, что для миллениалов наиболее значимыми ценностями являются инициативность и предприимчивость, в то время как для представителей старшего поколения уважение к традициям (Корж, Щанина, 2016). В исследовании терминальных ценностей двух поколений, поколения миллениалов и поколения их родителей, было показано значительное сходство между двумя группами в предпочитаемых ценностях. Наиболее значимой ценностью является семья, наименее значимой — популярность (Ржанова, Алексеева, 2018).

По сравнению с представителями старших поколений российские миллениалы значительно чаще отдают предпочтение ценностям Гедонизма, Власти, Достижений, Риска и Самостоятельности и значительно реже ценностям Безопасности, Конформизма, Традиции и Универсализма (Федотова, 2016; Алексеева, Ржанова, 2021; Голдырева, 2013). В исследовании Пищик было показано, что доминирующей ценностью миллениалов (в терминологии автора — «информационного поколения») является ценность собственного Я (Пищик, 2019). Ранее было выявлено, что значимыми ценностями для миллениалов являются свобода, межличностные отношения, опора на собственные силы (Королева, 2011), а также индивидуализм и готовность к изменениям (Постникова, 2010). В 2010 г. были опубликованы данные сравнения базовых

ценностей российских и европейских миллениалов. Российская молодежь превосходила европейских ровесников по ценности Самоутверждения и уступала им по ценностям Гедонизма и Заботы о людях и природе (Магун, Руднев, 2010).

Гендерные различия по ценностям выявляются во всех возрастах и на разных культурных выборках. Так, в крупном исследовании, вобравшем в себя данные из 70 стран, были показаны различия между мужчинами и женщинами по семи базовым ценностям (Schwartz, Rubel, 2005). Женщины значимо чаще, чем мужчины, отдают предпочтение таким ценностям, как Доброжелательность и Универсализм. Мужчины значимо чаще выбирают Власть, Гедонизм, Достижение, Риск и Самостоятельность. Данной группой авторов была выявлена зависимость между выраженностью гендерных различий и индексом гендерного равенства, характерного для страны, в которой проводилось исследование. В обществах с высоким уровнем гендерного равенства половые различия в ценностной сфере более выражены, и, напротив, в культурах с традиционным укладом различия между мужчинами и женщинами не столь значительны. Причем влияние индекса гендерного равенства особенно значимо в отношении ценностных предпочтений женщин. Было выдвинуто следующее объяснение данному парадоксу: гендерный эгалитаризм позволяет и мужчинам, и женщинам более свободно выражать те ценности, которые для них особенно важны (Schwartz, Rubel-Lifschitz, 2009). В относительно недавнем исследовании, проведенном с участием 235 тыс. респондентов, была подтверждена положительная связь между гендерными различиями по пяти базовым ценностям и индексом гендерного равенства. Однако включение в схему исследования лонгитюдных данных позволило авторам сделать вывод об увеличении сходства между странами со временем (Connolly et al., 2020).

Интересным направлением в исследовании ценностной сферы представляется изучение гендерных различий в разных поколениях, поскольку такого рода работы позволяют проследить динамику влияния гендера на ценностную структуру в зависимости от трансформаций, происходящих в обществе.

Исследование влияния гендерной принадлежности и принадлежности к определенному поколению было проведено в Канаде среди работников сферы образования (Lyons et al., 2005). В данном исследовании сопоставлялись гендерные различия у представителей поколения X и беби-бумеров. Многофакторный анализ ковариаций с учетом образования и дохода выявил различия между поколениями во взаимосвязи гендера и ценностных установок. Четыре базовые ценности, а именно Власть, Традиция, Универсализм и Достижения, были связаны и с гендером, и с принадлежностью к поколениям.

В российском исследовании, проведенном в Челябинской области с участием 384 респондентов, были выявлены межпоколенческие различия во влиянии гендера на базовые ценности индивида. Характер гендерных различий по ценностям Гедонизм, Власть и Риск значительно варьировал в трех поколенческих группах (Sivrikova et al., 2020).

Таким образом, можно сделать вывод, что и пол, и поколение являются определяющими факторами для ценностной ориентации индивида и не должны рассматриваться изолированно друг от друга. Целью настоящего исследования стало изучение гендерных различий по базовым ценностям у представителей поколения миллениалов и старших поколений.

Метод

Выборка исследования. Общее количество участников исследования — 949 человек. В соответствии с классификацией по поколениям, предложенной Радаевым, было выделено три группы. Первая группа — поколение застоя — люди, которые родились с 1947 по 1967 год (всего 315 человек); вторая группа — реформенное поколение, годы рождения с 1968 по 1981 (всего 310 человек), третья группа — поколение миллениалов родились с 1982 по 2000 год (всего 324 человека). Характеристики каждой из групп представлены в табл. 1.

Таблица 1. Описание выборки исследования

Группа	Поколение застоя		Реформенное поколение		Поколение миллениалов	
	женщины	мужчины	женщины	мужчины	женщины	мужчины
N	145	170	190	120	193	131
M (лет)	55,10	55,27	43,45	43,86	22,73	23,27
SD (лет)	5,00	5,19	3,02	2,76	3,73	3,66

Методики. В исследовании использовался портретный опросник Шварца в адаптации Магуна и Руднева (Магун, Руднев, 2008). Всего опросник содержит 21 вопрос, который формирует 10 шкал или ценностей второго порядка: Безопасность, Конформность, Традиция, Самостоятельность, Риск-новизна, Гедонизм, Достижения, Власть-богатство, Благожелательность, Универсализм. Десять ценностей второго порядка, в свою очередь, составляют четыре ценности третьего порядка: Сохранение, Самоутверждение, Открытость изменениям, Забота о людях и природе.

Методы анализа данных. Статистический анализ результатов проводился с использованием метода сравнения средних (*t*-критерий Стьюдента) и дисперсионного анализа.

Результаты

Иерархия ценностей в группе миллениалов. Наиболее предпочтительными ценностями миллениалы считают Гедонизм, Самостоятельность и Благожелательность. Наименее предпочтительными — Власть, Традицию и Конформность. Картина не сильно меняется, если отдельно анализировать мужчин и женщин (табл. 2). Наиболее высокие и наиболее низкие ранги у мужчин и женщин по большей части совпадают. Исключение составляет ценность Безопасность, которую женщины оценили выше. В целом иерархия ценностей миллениалов повторяет картину, полученную в работах других исследователей (см., например, (Цой и др., 2017)).

Ранжирование ценностей в группах представителей более старших поколений и сравнение иерархии ценностей с группой миллениалов выявило ожидаемые различия: в старших поколениях на первое место ставят Безопасность, Универсализм и Благожелательность, тогда как Гедонизм занимает довольно низкие ранговые места (6 у представителей реформенного поколения и 7 у поколения застоя).

Таблица 2. Иерархия ценностей миллениалов

Ценности	Мужчины		Женщины		Вся выборка	
	ранг	среднее	ранг	среднее	ранг	среднее
Безопасность	8	8,02	4	8,67	6	8,41
Конформность	10	6,24	10	6,41	10	6,35
Традиция	9	6,74	9	6,66	9	6,69
Самостоятельность	1	9,38	2	8,94	2	9,12
Риск-новизна	5	8,50	7	8,21	7	8,32
Гедонизм	2	9,13	1	9,20	1	9,17
Достижения	4	8,80	6	8,59	4	8,67
Власть-богатство	7	8,10	8	7,39	8	7,68
Благожелательность	3	8,98	3	8,94	3	8,96
Универсализм	6	8,35	5	8,60	5	8,50

Сравнение ценностных предпочтений мужчин и женщин разных поколений. Сравнение ценностных предпочтений мужчин и женщин поколения миллениалов с результатами представителей других поколений позволило обнаружить ряд различий (табл. 3).

Во-первых, можно выделить общую тенденцию: во всех трех поколениях женщины превосходят мужчин в оценке Безопасности, а мужчины — женщин в оценке Власти (в группе реформенного поколения различия на уровне тенденции). Во-вторых, значимых различий не было обнаружено по следующим показателям: Конформность, Традиция, Гедонизм и Достижения. Все эти характеристики важны как для мужчин, так и для женщин, независимо от возраста. Выявленные различия по ценности Власть согласуются с кросс-культурными гендерными исследованиями, проведенными ранее, в то время как отсутствие значимых различий между мужчинами и женщинами по ценностям Гедонизм и Достижения является не совсем типичным (Schwartz, Rubel-Lifschitz, 2009).

Разница между поколениями состояла в том, что в группе миллениалов мужчины оценивали Самостоятельность выше, чем женщины (в других поколениях такого не наблюдается) (см. табл. 3). Различия в выборе ценностей Универсализм и Благожелательность наблюдались только в поколении застоя. В реформенном поколении мужчины выше оценивали Риск, чем женщины. Таким образом, было обнаружено, что молодые женщины реже выбирают Самостоятельность, чем молодые мужчины; мужчины реформенного поколения выше ценят Риск, женщины старшего возраста чаще демонстрируют значимость ценностей Забота о людях и природе, чем мужчины этого поколения.

Различия в выборе ценностей у женщин разных поколений. Дисперсионный анализ (Независимый фактор — Поколение (Три уровня); зависимая переменная — балл Ценности) выявил различия по всем ценностям в группе женщин,

Таблица 3. Сравнение ценностей мужчин и женщин в зависимости от поколения

Ценности	Среднее		t-критерий	p
	мужчины	женщины		
Поколение миллениалов				
Безопасность	8,02	8,67	2,54	0,011
Конформность	6,24	6,41	0,63	0,526
Традиция	6,74	6,66	-0,34	0,733
Самостоятельность	9,38	8,94	-1,98	0,049
Риск-новизна	8,50	8,21	-1,06	0,288
Гедонизм	9,13	9,20	0,27	0,790
Достижения	8,80	8,59	-0,84	0,404
Власть-богатство	8,10	7,39	-2,73	0,007
Благожелательность	8,98	8,94	-0,22	0,829
Универсализм	8,35	8,60	1,27	0,205
Поколение застоя				
Безопасность	9,31	10,22	4,17	0,000
Конформность	7,97	7,98	0,03	0,974
Традиция	8,78	8,76	-0,07	0,948
Самостоятельность	8,82	8,80	-0,07	0,942
Риск-новизна	5,78	5,87	0,33	0,740
Гедонизм	6,91	7,14	0,84	0,402
Достижения	6,87	6,84	-0,10	0,923
Власть-богатство	7,05	6,48	-2,16	0,031
Благожелательность	8,93	9,38	1,93	0,054
Универсализм	8,92	9,56	2,82	0,005
Реформенное поколение				
Безопасность	8,80	9,49	2,76	0,006
Конформность	7,51	7,48	-0,11	0,912
Традиция	7,83	8,26	1,73	0,084
Самостоятельность	8,88	8,94	0,23	0,815
Риск-новизна	7,47	6,32	-4,17	0,000
Гедонизм	7,59	7,75	0,56	0,574

Ценности	Среднее		<i>t</i> -критерий	<i>p</i>
	мужчины	женщины		
Власть-богатство	7,63	7,17	-1,71	0,088
Благожелательность	8,98	9,07	0,40	0,686
Универсализм	8,67	8,95	1,32	0,189

Примечание: жирным шрифтом выделены значимые различия.

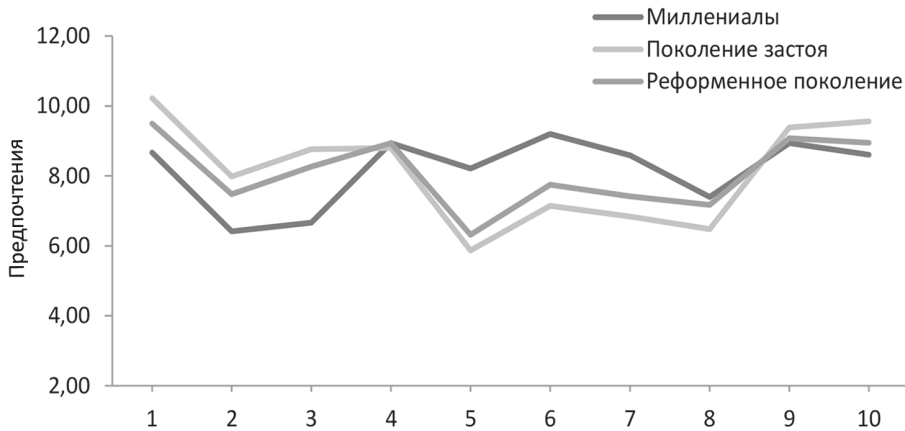


Рис. 1. Базовые ценности у женщин разных поколений:

1 — Безопасность, 2 — Конформность, 3 — Традиция, 4 — Самостоятельность, 5 — Риск-новизна, 6 — Гедонизм, 7 — Достижения, 8 — Власть-богатство, 9 — Благожелательность, 10 — Универсализм

кроме ценностей Самостоятельность и Благожелательность. На рис. 1 очевидна схожая тенденция в оценках у женщин реформенного поколения и поколения застоя: их графики ценностей повторяют друг друга, несмотря на то что женщины реформенного поколения по сравнению с женщинами поколения застоя значительно выше ценят Гедонизм ($F=5,09$, $p<0,02$), Достижения ($F=4,59$, $p<0,03$) и Власть ($F=7,21$, $p<0,01$) и ниже Безопасность ($F=10,16$, $p<0,00$), Традицию ($F=4,56$, $p<0,03$) и Универсализм ($F=9,88$, $p<0,00$). Можно предположить, что с возрастом полученные различия сгладятся.

Девушки поколения миллениалов существенно отличаются от представительниц других возрастных когорт — на графике очевидны низкие показатели по ценностям Безопасность, Конформность, Традиция и более высокие по Риску, Достижениям, Гедонизму. По всем этим параметрам дисперсионный анализ выявил значимые различия как с оценками женщин поколения застоя, так и с оценками женщин реформенного поколения (во всех случаях $p<0,00$). Тем не менее можно предположить, что выявленные расхождения в результатах могут быть связаны с влиянием возраста респонденток. Молодые женщины склонны выше оценивать ценности Самоутверждения и Открытости изменениям и ниже — ценности Сохранения и заботы о людях и природе.

Таким образом, были получены ценностные межпоколенческие различия у женщин. Однако не исключено, что вклад в разницу предпочтений тех или иных ценностных ориентаций вносит не принадлежность к тому или иному поколению, а разный возраст респондентов. Для того чтобы исключить влияние именно возрастных различий, дополнительно был проведен дисперсионный анализ с включенной континуальной переменной «возраст». При добавлении этого параметра было выявлено, что значимые различия между разными поколениями женщин существуют только по ценности Власть (между баллами представительниц поколения застоя и реформенного поколения $F = 5,65, p < 0,02$; поколения застоя и поколения миллениалов $F = 3,40, p < 0,06$ (на уровне тенденции)). По другим ценностям различий нет.

Различия в выборе ценностей у мужчин разных поколений. Для данных мужчин был проведен сходный дисперсионный анализ (Независимый фактор — Поколение (Три уровня); зависимая переменная — балл Ценности). Было получено, что для мужчин разных поколений важность некоторых ценностей различается. Молодые мужчины значимо чаще отдают предпочтение ценностям Открытости изменениям (Самостоятельность, Риск-новизна, Гедонизм) и Достижению и реже ценностям Сохранения (Безопасность, Конформность, Традиция). Во всех случаях $p < 0,00$ при сравнении с двумя другими поколениями. Различий по ценностям Заботы о людях и природе (Благожелательность и Универсализм) выявлено не было.

Мужчины реформенного поколения и поколения застоя в целом схожи в предпочтении ценностей Безопасности, Конформности, Самостоятельности, Благожелательности и Универсализма (рис. 2). Значимые различия между этими группами мужчин были обнаружены для ценностей Традиция ($F = 10,71, p < 0,00$), Риск ($F = 38,14, p < 0,00$), Гедонизм ($F = 6,98, p < 0,01$), Достижение ($F = 7,58, p < 0,01$) и Власть ($F = 5,16, p < 0,02$). Анализируя кривые графиков базовых ценностей мужчин и женщин разных поколений, можно отметить, что оценки женщин реформенного поколения в целом совпадают с оценками женщин поколения застоя. У мужчин подобной картины не наблюдается, отмечаются особенно существенные расхождения по переменной Риск-новизна.

Дисперсионный анализ с континуальной переменной «возраст» выявил значимые различия по Самостоятельности: миллениалы превосходили представителей других поколения ($F = 7,37, p < 0,01$ — для поколения застоя и $F = 7,33, p < 0,01$ — для реформенного поколения); и по Риску-новизне, причем ценность Риск выше у представителей реформенного поколения по сравнению с эпохой застоя ($F = 3,90, p < 0,05$), а оценки миллениалов и представителей поколения застоя не различались.

Если в анализ одновременно были включены данные представителей обоих полов (дисперсионный анализ с фактором повторных измерений), то взаимодействие факторов было обнаружено только для ценности Риск-новизна, по которой мужчины реформенного поколения дают значимо более высокие оценки, чем женщины этого же поколения и чем мужчины и женщины поколения застоя (рис. 3).

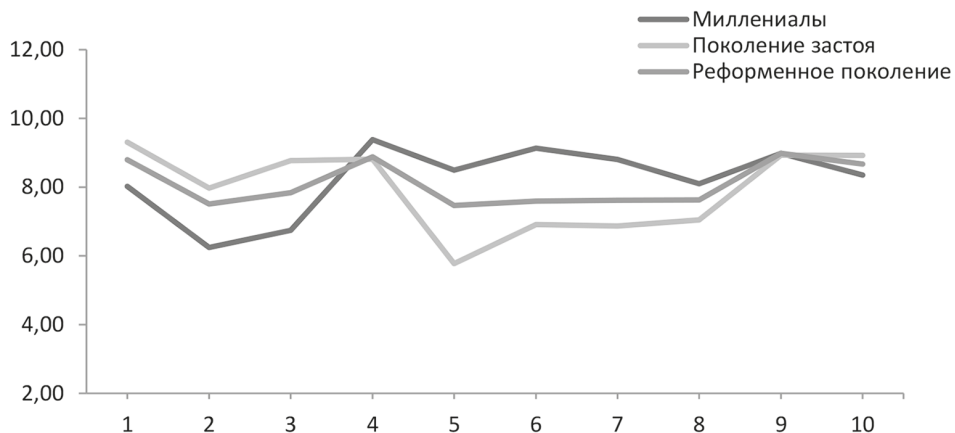


Рис. 2. Базовые ценности мужчин разных поколений:

1 — Безопасность, 2 — Конформность, 3 — Традиция, 4 — Самостоятельность, 5 — Риск-новизна, 6 — Гедонизм, 7 — Достижения, 8 — Власть-богатство, 9 — Благожелательность, 10 — Универсализм

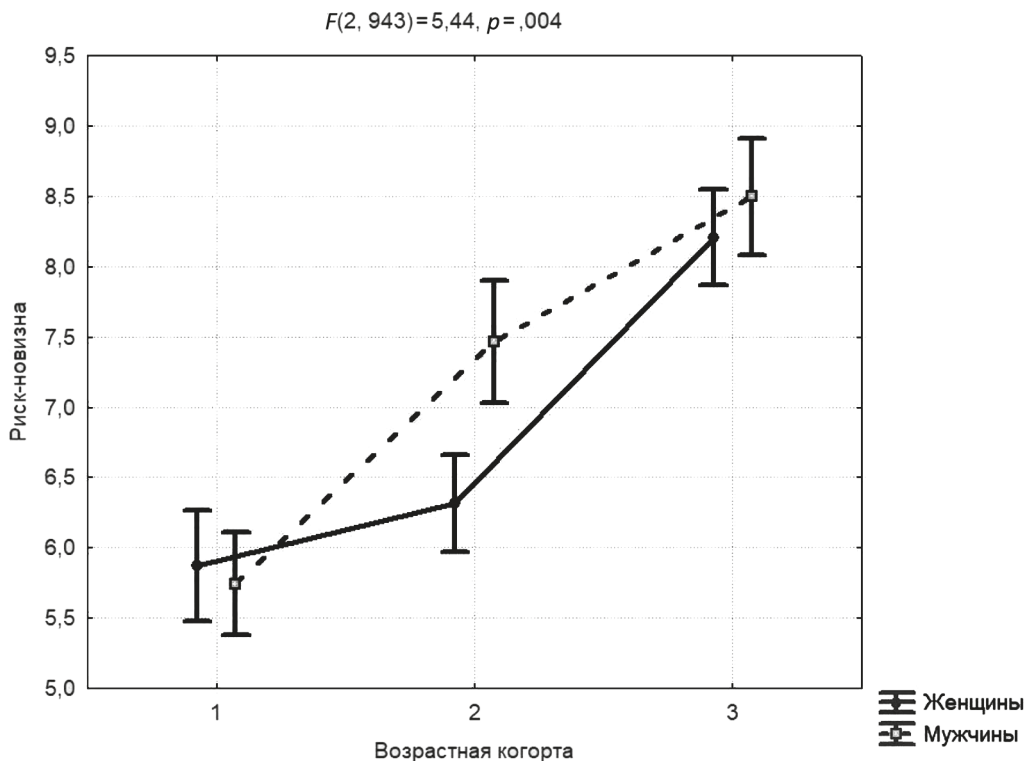


Рис. 3. Сравнение мужчин и женщин по ценности Риск-новизна (с использованием дисперсионного анализа):

1 — поколение застоя, 2 — реформенное поколение, 3 — поколение миллениалов

Обсуждение результатов

Проведенное исследование ставило перед собой цель выявить, существуют ли различия в ценностных ориентациях между мужчинами и женщинами, которые принадлежат разным поколениям. Основной фокус был направлен на ценностные показатели представителей поколения миллениалов (людей в возрасте приблизительно от 20 до 40 лет), так как сейчас именно они являются наиболее социально активными гражданами нашей страны. В результате было выявлено что иерархия ценностей девушек-миллениалов и юношей-миллениалов существенно не различается. И те, и другие наиболее важными ценностями считают Самостоятельность, Гедонизм и Благожелательность, а наименее важными — Конформность и Традицию. Несовпадение в предпочтениях наблюдается только по ценности Безопасность: женщины значимо чаще отдают предпочтение этой ценности, чем мужчины. То, что Безопасность является одной из наиболее предпочитаемых ценностей у женщин, было показано в более раннем исследовании (Ржанова, Алексеева, 2017). Похоже, что подобный результат характерен только для российской выборки: в масштабном исследовании Шварца различий по Безопасности не было получено (Schwartz, Rubel, 2005; Schwartz, Rubel-Lifschitz, 2009), тогда как в работе Ли Цзыхань (Ли Цзыхань, 2016), где сравнивались ценности китайских студентов, этот показатель был выше у мужчин. Безопасность, согласно концепции Шварца, относится к ценностям Сохранения, которые обычно связывают с консервативными установками и отвержением инноваций (Федотова, 2016). Следовательно, можно предположить, что высокая оценка Безопасности российскими женщинами косвенно говорит об их большей приверженности традиционным взглядам.

Если сравнивать мужчин и женщин в зависимости от принадлежности к определенному поколению, то в поколении миллениалов женщины ниже оценивают Самостоятельность, чем мужчины. Это интересный факт, который требует дальнейшего изучения. Самостоятельность — одна из немногих ценностей, по которой не было выявлено возрастных различий, то есть и в старшем, и в молодом возрасте люди оценивают ее одинаково и довольно высоко (Алексеева, Ржанова, 2021). Только в поколении миллениалов девушки реже предпочитают эту ценность. Одно из возможных объяснений состоит в том, что стремление к самостоятельности у юношей является более социально поощряемой характеристикой в нашем обществе.

Общая тенденция в предпочтении ценностей совпадает у женщин реформенного поколения и поколения застоя. Можно предположить, что чем старше будут становиться женщины реформенного поколения, тем больше будут совпадать их оценки с оценками женщин поколения застоя.

У мужчин схожих тенденций не наблюдается. Реформенное поколение отличается в выборе ценностей от поколения застоя. Мужчины реформенного поколения значительно чаще отдают предпочтение ценности Риск-новизна, чем женщины этого же поколения и чем представители поколения застоя обоих полов. Скорее всего, это обусловлено тем, что система ценностей мужчин реформенного поколения формировалась в нестабильный период смены политического строя и экономических потрясений, и отсутствие страха перед риском рассматривалось как залог будущего жизненного успеха.

Как женщины, так и мужчины-миллениалы, в отличие от представителей других поколений, значимо чаще отдают предпочтение ценностям Открытости изменениям и Самоутверждения в противовес ценностям Сохранения. Однако такой выбор, скорее всего, продиктован возрастом, что подтверждается данными статистического анализа, при котором контролировалась переменная «возраст». В целом к строго поколенческим различиям можно отнести более высокий уровень предпочтения женщинами-миллениалами ценности Власть-богатство по сравнению с женщинами из других поколений, а также более высокий уровень предпочтения мужчинами-миллениалами ценности Самостоятельность. Этот факт не противоречит результатам исследований, в которых миллениалы отдают предпочтение индивидуальным ценностям, связанным с достижением личного материального благополучия и высокого социального статуса (Twenge, 2010; Twenge et al., 2012; Westerman et al., 2012; Weber, 2017).

Заключение

Мужчины и женщины-миллениалы незначительно отличаются друг от друга в выборе индивидуальных ценностей. Существенные различия обнаружены по ценностям Безопасность, Самостоятельность и Власть. Женщины выше оценивают Безопасность, мужчины — Самостоятельность и Власть.

Сильные расхождения в выборе ценностей характерны для обществ с высоким индексом гендерного равенства, хотя данная тенденция со временем становится менее выраженной. В нашей культуре расхождения между мужчинами и женщинами выявляются для ряда ценностей, причем каждому поколению присуща своя картина гендерных различий.

Миллениалы выше оценивают ценности Открытости изменениям и Самоутверждения, что противопоставляет их представителям других поколений, которые предпочитают ценности Сохранения и Заботы о людях и природе. Однако мы убеждены, что эти расхождения связаны с возрастом миллениалов, а не с особенностями поколения. Люди молодого и активного возраста легче принимают изменения и инновации и больше стремятся к достижениям и личному успеху.

Литература

- Алексеева О. С., Ржанова И. Е. Ценностные ориентации представителей четырех возрастных групп россиян // Новые психологические исследования. 2021. № 3. С. 121–133. https://doi.org/10.51217/npsyresearch_2021_01_03_06
- Глотов М. Б. Поколение как категория социологии // Социологические исследования. 2004. № 10. С. 42–49.
- Голдырева В. А. Взаимосвязь ценностей и представлений о деловой этике у разных поколений россиян // Психологическая наука и образование. 2013. № 1. С. 94–103.
- Кон И. С. Социология личности. М.: Политиздат, 1967.
- Корж Н. В., Щанина Е. В. Сравнительная характеристика ценностных ориентаций разных поколений россиян // Общественные науки. Социология. 2016. № 1 (37). С. 143–152.
- Королева Н. Е. Приоритеты ценностных ориентаций современного россиянина // Костромской гуманитарный вестник. 2011. № 1. С. 36–39.
- Левада Ю. А. Поколения XX века: возможности исследования // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2001. № 5 (55). С. 7–14.

- Ли Цзыхань. Личностные ценности китайских студентов: межполовые различия // Общество: социология, психология, педагогика. 2016. № 4. С. 1–6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lichnostnye-tsennosti-kitayskih-studentov-mezhpолоvye-razlichiya> (дата обращения: 01.03.2022).
- Магун В. С., Руднев М. Г. Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами // Вестник общественного мнения. 2008. № 1 (93). С. 33–58.
- Магун В. С., Руднев М. Г. Базовые ценности россиян в европейском контексте // Общественные науки и современность. 2010. № 4. С. 5–17.
- Пищик В. И. Ценностные измерения поколений через актуализируемые страхи // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10, № 2. С. 67–81. <https://doi.org/10.17759/sps.2019100206>
- Постникова М. И. Психология отношений между поколениями: теоретико-методологический аспект. Архангельск: Поморский университет, 2010.
- Радаев В. В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. 2018. № 3. С. 15–33.
- Ржанова И. Е., Алексеева О. С. Различия ценностей мужчин и женщин // Психологические исследования. 2017. Т. 10, № 55. С. 8. URL: <https://psystudy.ru/index.php/num/article/view/353> (дата обращения: 08.07.2022).
- Ржанова И. Е., Алексеева О. С. Ценностные предпочтения двух поколений // Психологические исследования. 2018. Т. 11, № 60. С. 6. URL: <https://psystudy.ru/index.php/num/article/view/275> (дата обращения: 08.07.2022).
- Рикель А. М. Поколение как объект изучения социальной психологии: исследование на своем поле или на чужой земле? // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10, № 2. С. 9–18. <https://doi.org/10.17759/sps.2019100202>
- Федотова В. А. Взаимосвязь ценностей и инновативных установок у представителей разных поколений россиян // Социальная психология и общество. 2016. Т. 7, № 2. С. 82–92. <https://doi.org/10.17759/sps.2016070206>
- Цой Г., Лебедева Н. М., Тамарко А. Н. Сравнительный анализ взаимосвязи ценностей и социально-экономических представлений корейских и российских студентов // Вестник Костромского государственного университета. Сер. Педагогика. Психология. Социокинетика. 2017. № 3. С. 101–107.
- Cahill T. F., Sedrak M. Leading a multigenerational workforce: Strategies for attracting and retaining millennials // *Frontiers of Health Services Management*. 2012. Vol. 29 (1). P. 3–15.
- Connolly F. F., Goossen M., Hjerf M. Does gender equality cause gender differences in values? Reassessing the gender-equality personality paradox // *Sex Roles*. 2020. Vol. 83. P. 101–113.
- Daniel E., Benish-Weisman M. Value development during adolescence: Dimensions of change and stability // *Journal of Personality*. 2018. Vol. 87 (1). P. 620–632. <https://doi.org/10.1111/jopy.12420>
- Erikson E. H. *The Life Cycle Completed*. New York: Norton, 1997.
- Freestone O., Mitchell V. Generation Y attitudes toward ethics and internet-related misbehaviours // *Journal of Business Ethics*. 2004. Vol. 54. P. 121–128.
- Hellevik O. Age differences in value orientation — life cycle or cohort effects // *International journal of public opinion*. 2002. Vol. 14 (3). P. 286–302.
- Inglehart R. *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 Societies*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1997.
- Kaifi B. A., Nafei W. A., Khanfar N. M., Kaifi M. M. A multi-generational workforce: managing and understanding millennials // *International Journal of Business & Management*. 2012. Vol. 7 (24). P. 88–93.
- Lyons S., Duxbury L., Higgins C. Are gender differences in basic human values a generational phenomenon? // *Sex Roles*. 2005. Vol. 53. P. 763–778. <https://doi.org/10.1007/s11199-005-7740-4>
- Philips M. The 23-year-olds will save America // *Bloomberg Business Week*. 2014. June 30 — July 6. P. 15–16.
- Rokeach M. *The nature of human values*. New York, NY: The Free Press, 1973.
- Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries // M. P. Zanna (ed.), *Advances in experimental social psychology*. San Diego, CA: Academic Press, 1992. Vol. 25. P. 1–65.
- Schwartz S. H., Rubel T. Sex differences in value priorities: Cross-cultural and multi-method studies // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2005. Vol. 89 (6). P. 1010–1028.
- Schwartz S. H., Rubel-Lifschitz T. Cross-National variation in the size of sex differences in values: Effects of gender equality // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2009. Vol. 97 (1). P. 171–185.

- Sivrikova N., Ptashko T., Chernikova E., Moiseeva E., Roslyakova S. Generation and gender factors of the structure of value orientations // E3S Web of Conference. Les Ulis, 2020. P.17015. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021017015>
- Smith P.B., Schwartz S.H. Values // C. Kagitcibasi, M.H. Segall (eds). Handbook of Cross-Cultural Psychology. Boston, MA: Allyn and Bacon, 1997. P.77–118.
- Smola K.W., Sutton C.D. Generational differences: Revisiting generational work values for the new millennium // Journal of Organizational Behavior. 2002. 23 (Spec. Iss.). P.363–382. <https://doi.org/10.1002/job.147>
- Stevens-Long J. Adult development: Theories past and future // R. A. Nemiroff, C. A. Colarusso (eds). New Dimensions in Adult Development. New York: Basic Books, 1990. P.125–165.
- Strauss W., Howe N. Generations: The History of America's Future. New York: Quill William Morrow, 1991.
- Twenge J.M. A review of the empirical evidence on generational differences in work attitudes // Journal of Business Psychology. 2010. Vol. 25. P.201–210.
- Twenge J.M., Campbell W.K., Freeman E.C. Generational differences in young adults' life goals, concern for others, and civic orientation, 1966–2009 // Journal of Personality and Social Psychology. 2012. Vol. 102 (5). P.1045–1062.
- Weber J. Discovering the millennials' personal values orientation: A comparison to two managerial populations // Journal of Business Ethics. 2017. Vol. 143. P.517–529.
- Westerman J.W., Bergman J.Z., Bergman S.M., Daly J.P. Are universities creating millennial narcissistic employees? An empirical examination of narcissism in business school students and its implications // Journal of Management Education. 2012. Vol. 36. P.5–32.

Статья поступила в редакцию 1 апреля 2022 г.;
рекомендована к печати 30 мая 2022 г.

Контактная информация:

Ржанова Ирина Евгеньевна — науч. сотр.; irinanzhanova@mail.ru
Алексеева Ольга Сергеевна — науч. сотр.; olga_alexeeva@mail.ru
Альбов Александр Сергеевич — магистр психологии; albovas@mgppu.ru
Бурдукова Юлия Андреевна — канд. психол. наук, доц.; julia_burd@inbox.ru

Gender differences in values among representatives of the millennial generation*

I. E. Rzhanova^{1a}, O. S. Alekseeva¹, A. S. Albov², Yu. A. Burdukova²

¹ Psychological Institute of the Russian Academy of Education,
9, Mokhovaya ul., Moscow, 125009, Russian Federation

² Moscow State University of Psychology and Education,
29, ul. Sretenka, Moscow, 127051, Russian Federation

For citation: Rzhanova I. E., Alekseeva O. S., Albov A. S., Burdukova Yu. A. Gender differences in values among representatives of the millennial generation. *Vestnik of Saint Petersburg University. Psychology*, 2022, vol. 12, issue 3, pp. 249–264. <https://doi.org/10.21638/spbu16.2022.302> (In Russian)

This article examines gender differences in basic individual values among representatives of the millennial generation and older generations. Values are stable characteristics of a person that determine goals, judgments, actions, and behavior. The structure of values depends on various factors, such as age, gender, social status, education, etc. Generational differences influencing the formation of values are of particular interest. The main focus of the work is aimed at studying the generation of millennials, who now make up the most active part of the population. In total, the study involved 949 people, 528 women and 421 men aged 18 to 70 years. The respondents were divided into 3 groups according to the years of their birth: the

* The article prepared within a state task, project FNRE-2021-0001.

^a Author for correspondence.

generation of stagnation (315 people, 46 % women), the reform generation (310 people, 61 % women), the generation of millennials (324 people, 59 % women). The Portrait Questionnaire by S. Schwartz was used to assess personal values. The questionnaire reveals 10 basic values: Security, Conformity, Tradition, Self-Direction, Stimulation, Hedonism, Achievement, Power, Benevolence, and Universalism. The main results of the study include the identified gender differences in the group of millennials in the Self-Direction, Security, and Power. Men of the reform generation (who grew up in the 1990s) have significantly higher preference of Stimulation than women of the reform generation and representatives of the generation of stagnation. Conformity, Tradition, Hedonism, and Achievement have the same value among men and women regardless of age in our society. In general, compared to older generations, young millennials prefer the values of Self-Enhancement and Openness to Change as opposed to the values of Conservation and Self-Transcendence.

Keywords: values, generation differences, gender differences, millennial, Portrait Questionnaire by S. Schwartz.

References

- Alekseeva, O. S., Rzhanova, I. E. (2021). Value orientations in representatives of four age groups of Russians. *Novye psikhologicheskie issledovaniia*, 3, 121–133. https://doi.org/10.51217/npsyresearch_2021_01_03_06 (In Russian)
- Cahill, T. F., Sedrak, M. (2012). Leading a multigenerational workforce: Strategies for attracting and retaining millennials. *Frontiers Of Health Services Management*, 29 (1), 3–15.
- Connolly, F. F., Goossen, M., Hjern, M. (2020). Does gender equality cause gender differences in values? Reassessing the gender-equality personality paradox. *Sex Roles*, 83, 101–113.
- Daniel, E., Benish-Weisman, M. (2018). Value development during adolescence: Dimensions of change and stability. *Journal of Personality*, 87 (1), 620–632. <https://doi.org/10.1111/jopy.12420>
- Erikson, E. H. (1997). *The Life Cycle Completed*. New York, Norton.
- Fedotova, V. A. (2016). Values and attitudes towards innovation among different generations of Russian people. *Sotsial'naiia psikhologiiia i obshchestvo*, 7 (2), 82–92. <https://doi.org/10.17759/sps.2016070206> (In Russian)
- Freestone, O., Mitchell, V. (2004). Generation Y attitudes toward ethics and internet-related misbehaviours. *Journal of Business Ethics*, 54, 121–128.
- Glotov, M. B. (2004). Generation as a category of sociology. *Sotsiologicheskie issledovaniia*, 10, 42–49. (In Russian)
- Goldyreva, V. A. (2013). The relationship of values and ideas about business ethics among different generations of Russians. *Psikhologicheskaia nauka i obrazovanie*, 1, 94–103. (In Russian)
- Hellevik, O. (2002). Age differences in value orientation — life cycle or cohort effects. *International journal of public opinion*, 14 (3), 286–302.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies*. Princeton, NJ, Princeton University Press.
- Kaifi, B. A., Nafei, W. A., Khanfar, N. M., Kaifi, M. M. (2012). A multi-generational workforce: managing and understanding millennials. *International Journal of Business & Management*, 7 (24), 88–93.
- Kon, I. S. (1967). *Sociology of personality*. Moscow, Politizdat Publ., 1967. (In Russian)
- Koroleva, N. Ye. (2011). Priorities of value orientations of a modern Russian. *Kostromskoi gumanitarnyi vestnik*, 1, 36–39. (In Russian)
- Korzh, N. V., Shchanina, Ye. V. (2016). Comparative characteristics of value orientations of different generations of Russians. *Obshchestvennye nauki. Sotsiologiiia*, 1 (37), 143–152. (In Russian)
- Levada, Yu. A. (2001). Generations of the 20th century: research opportunities. *Monitoring obshchestvennogo mneniia: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*, 5 (55), 7–14. (In Russian)
- Li, Tsykhan (2016). Personal values of Chinese students: gender differences. *Obshchestvo: sotsiologiiia, psikhologiiia, pedagogika*, 4, 1–6. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/lichnostnye-tsennostikitayskih-studentov-mezhpolovye-razlichiya> (accessed: 01.03.2022) (In Russian)
- Lyons, S., Duxbury, L. Higgins, C. (2005). Are gender differences in basic human values a generational phenomenon? *Sex Roles*, 53, 763–778. <https://doi.org/10.1007/s11199-005-7740-4>
- Magun, V. S., Rudnev, M. G. (2008). Life values of the Russian population: similarities and differences in comparison with other European countries. *Vestnik obshchestvennogo mneniia*, 1 (93), 33–58. (In Russian)

- Magun, V. S., Rudnev, M. G. (2010). Basic values of Russians in the European context. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, 4, 5–17. (In Russian)
- Philips, M. (2014). The 23-year-olds will save America. *Bloomberg Business Wee*, June 30 — July 6, 15–16.
- Pishchik, V. I. (2019). Value measurements of generations through actualized fears. *Sotsial'naiia psikhologiya i obshchestvo*, 10 (2), 67–81. <https://doi.org/10.17759/sps.2019100206> (In Russian)
- Postnikova, M. I. (2010). *Psychology of relations between generations: theoretical and methodological aspect*. Arkhangelsk, Pomorskii universitet Publ. (In Russian)
- Radaev, V. V. (2018). Millennials compared to previous generations: an empirical analysis. *Sotsiologicheskie issledovaniia*, 3, 15–33.
- Rikel, A. M. (2019). Generation as a social-psychological research object: playing at home or an away match? *Sotsial'naiia psikhologiya i obshchestvo*, 10 (2), 9–18. <https://doi.org/10.17759/sps.2019100202> (In Russian)
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York, NY, The Free Press.
- Rzhanova, I. E., Alekseeva, O. S. (2017). Differences in values between men and women. *Psikhologicheskie issledovaniia*, 10 (55), 8. Available at: <https://psystudy.ru/index.php/num/article/view/353> (accessed: 08.07.2022). (In Russian)
- Rzhanova, I. E., Alekseeva, O. S. (2018). Preferences in values of two generations. *Psikhologicheskie issledovaniia*, 11 (60), 6. Available at: <https://psystudy.ru/index.php/num/article/view/275> (accessed: 08.07.2022). (In Russian)
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: M. P. Zanna (ed.). *Advances in experimental social psychology*, vol. 25 (pp. 1–65). San Diego, CA, Academic Press.
- Schwartz, S. H., Rubel, T. (2005). Sex differences in value priorities: Cross-cultural and multi-method studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89 (6), 1010–1028.
- Schwartz, S. H., Rubel-Lifschitz, T. (2009). Cross-National variation in the size of sex differences in values: Effects of gender equality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97 (1), 171–185.
- Sivrikova, N., Ptashko, T., Chernikova, E., Moiseeva, E., Roslyakova, S. (2020). Generation and gender factors of the structure of value orientations. *E3S Web of Conference* (p. 17015). Les Ulis. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021017015>
- Smith, P. B., Schwartz, S. H. (1997). Values. In: J. W. Berry, M. H. Segall, C. Kagitcibasi (eds), *Handbook of cross-cultural psychology*, 2nd ed., vol. 3 (pp. 77–118). Boston, Allyn & Bacon.
- Smola, K. W., Sutton, C. D. (2002). Generational differences: Revisiting generational work values for the new millennium. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 363–382. <https://doi.org/10.1002/job.147>
- Stevens-Long, J. (1990). Adult development: Theories past and future. In: R. A. Nemirow, C. A. Colarusso (eds), *New Dimensions in Adult Development* (pp. 125–165). New York, Basic Books.
- Strauss, W., Howe, N. (1991). *Generations: The History of America's Future*. New York, Quill William Morrow.
- Tsoy, G., Lebedeva, N. M., Tatarko, A. N. (2017). Comparative analysis of the relationship between values and socio-economic ideas of Korean and Russian students. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. Pedagogika. Psikhologiya. Sotsiokinetika*, 3, 101–107. (In Russian)
- Twenge, J. M. (2010). A review of the empirical evidence on generational differences in work attitudes. *Journal of Business Psychology*, 25, 201–210.
- Twenge, J. M., Campbell, W. K., Freeman, E. C. (2012). Generational differences in young adults' life goals, concern for others, and civic orientation, 1966–2009. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102 (5), 1045.
- Weber, J. (2017). Discovering the millennials' personal values orientation: A comparison to two managerial populations. *Journal of Business Ethics*, 143, 517–529.
- Westerman, J. W., Bergman, J. Z., Bergman, S. M., Daly, J. P. (2012). Are universities creating millennial narcissistic employees? An empirical examination of narcissism in business school students and its implications. *Journal of Management Education*, 36, 5–32.

Received: April 1, 2022

Accepted: May 30, 2022

Authors' information:

Irina E. Rzhanova — Research Fellow; irinarzhanova@mail.ru

Olga S. Alekseeva — Research Fellow; olga_alexeeva@mail.ru

Aleksandr S. Albov — MA in Psychology and Pedagogy; albovas@mgppu.ru

Yulia A. Burdukova — PhD in Psychology, Assistant Professor; julia_burd@inbox.ru