

**ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**  
*EMPIRICAL RESEARCH*

## Разработка и апробация сокращенной версии методики «Социальные аксиомы» М. Бонда и К. Леунга

**А.Н. Татарко**

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ),  
Институт психологии Российской академии наук (ФГБУ ИП РАН),  
г. Москва, Российская Федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7557-9107>, e-mail: [tatarako@yandex.ru](mailto:tatarako@yandex.ru)

**Н.М. Лебедева**

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ),  
Институт психологии Российской академии наук (ФГБУ ИП РАН),  
г. Москва, Российская Федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2046-4529>, e-mail: [lebedhope@yandex.ru](mailto:lebedhope@yandex.ru)

В данной статье описан процесс разработки и апробации сокращенной версии опросника М. Бонда и К. Леунга «Социальные аксиомы». Предыдущая, адаптированная на русском языке, версия содержит 126 пунктов, что усложняет ее использование в прикладных целях, а также в больших опросах на репрезентативных выборках. Поэтому возникла потребность создания сокращенной версии данной методики. Разработанная авторами новая версия опросника содержит 31 пункт. Выборка, которая использовалась для апробации сокращенной версии, включала 867 респондентов (36% мужчин, 67% женщин, средний возраст 28,6 лет). При обработке данных использовались конфирматорный факторный анализ и корреляционный анализ; надежность-согласованность оценивалась при помощи коэффициента  $\alpha$ -Кронбаха. Авторам удалось разработать сокращенную версию методики, которая обладает высокой надежностью-согласованностью, подтверждает пятифакторную структуру модели социальных аксиом. Результаты сокращенной версии имеют высокую корреляцию с результатами, полученными с использованием полной версии данной методики, что подтверждает ее валидность. Методика может использоваться в научных исследованиях в области социальной, кросс-культурной, экономической психологии. Данный опросник также можно использовать в прикладной работе, например, в сфере организационной диагностики или профотбора.

**Ключевые слова:** социальные аксиомы, валидность, надежность-согласованность, конфирматорный факторный анализ.

**Финансирование:** Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (проект № 17-78-30035 «Психологические факторы экономической и социальной конкурентоспособности России»).

**Для цитаты:** Татарко А.Н., Лебедева Н.М. Разработка и апробация сокращенной версии методики «Социальные аксиомы» М. Бонда и К. Леунга // Культурно-историческая психология. 2020. Т. 16. № 1. С. 96–110. DOI: <https://doi.org/10.17759/chp.2020160110>

## Developing and Testing a Short Version of the Social Axioms Questionnaire by M. Bond and K. Leung

**A.N. Tatarko**

National Research University Higher School of Economics; Institute of Psychology,  
Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7557-9107>, e-mail: [tatarako@yandex.ru](mailto:tatarako@yandex.ru)

## N.M. Lebedeva

National Research University Higher School of Economics; Institute of Psychology,  
Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2046-4529>, e-mail: [lebedhope@yandex.ru](mailto:lebedhope@yandex.ru)

This article describes the process of developing and testing of short version of M. Bond's and K. Leung's "Social axioms" questionnaire. The previous version, adapted in Russian, contains 126 items, which makes it difficult to use it for applied purposes, as well as in large surveys on representative samples. Therefore, there was a need to make a shortened version of this questionnaire. Features of the method. The new version of the questionnaire developed by the authors contains 31 items. The sample used for testing the short version included 867 respondents (36% men, 67% women, average age 28,6 years). Confirmatory factor analysis and correlation analysis were used in data processing; reliability and consistency were evaluated using the  $\alpha$ -Cronbach coefficient. Reliability and validity. The authors managed to develop a shortened version of the questionnaire, which has high reliability and consistency, and confirms the five-factor structure of the model of social axioms. Also, the results of the shortened version have a high correlation with the results obtained using the full version of this questionnaire, which confirms its validity. Application. The method can be used in scientific research in the field of social, cross-cultural, and economic psychology. This questionnaire can also be used in applied work, for example, in the field of organizational diagnostics or professional selection.

**Keywords:** social axioms, validity, reliability, confirmatory factor analysis.

**Funding:** This work was supported by grant RSF (project № 17-78-30035 «Psychological factors of Russia's economic and social competitiveness»).

**For citation:** Tatarko A.N., Lebedeva N.M. Developing and Testing a Short Version of the Social Axioms Questionnaire by M. Bond and K. Leung. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya = Cultural-historical psychology*, 2020. Vol. 16, no. 1, pp. 96–110. (In Russ., abstr. in Engl.). DOI: <https://doi.org/10.17759/chp.2020160110>

## Введение

Социальные психологи и социологи давно пытаются ответить на фундаментальные вопросы: Как люди понимают окружающий мир? Почему они именно так, а не иначе осмысливают свою повседневную жизнь? Какие субъективные конструкты лежат в основе социального поведения личности, больших социальных групп? Примерно с 60-х гг. прошлого века начинается формирование такой области психологии, как *психология социального познания* [2]. В целом, специалисты, работающие в данной области, пытались найти ответы на обозначенные выше вопросы. Одной из наиболее популярных теорий, предложенных для объяснения социального поведения, была концепция социальных представлений С. Московичи и ее различные варианты (Д. Жодоле, У. Дуаз, Ж-К. Абрик). В России довольно известными работами по проблеме социальных представлений являются исследования Т.П. Емельяновой [4], И.Б. Бовиной с коллегами [15]. Не менее популярными для объяснения социального поведения личности стали различные теории ценностей, среди них наиболее часто цитируются концепции Рокича [25], Ш. Шварца [26; 27; 28]. В России среди исследований по проблеме динамики ценностей россиян наиболее известными являются работы социальных психологов Н.М. Лебедевой [3; 7; 8; 9], Н.А. Журавлевой [5], среди социологов — Н.И. Лапина [6], В.С. Магуна и М.Г. Руднева [24] и др.

Среди теорий, объясняющих социальное поведение, последнее время все более завоевывает популяр-

ность теория социальных аксиом М. Бонда и К. Леунга [18; 19; 20; 21; 22; 23]. По мнению данных авторов, наше отношение к миру формируется в виде неких обобщенных верований, имеющих непосредственную связь с разнообразием социального поведения. В отличие от ценностей, верования (beliefs) — более обобщенные характеристики и могут быть рассмотрены как «обобщенные ожидания». Верования находятся на высшем уровне абстракции, более универсальны и это, вероятно, объясняет их связь с социальным поведением в разных контекстах, у разных людей, действующих с разными целями и в разное время. К. Леунг и М. Бонд определяют такие верования как «социальные аксиомы». Подобно математическим аксиомам, эти верования являются основными предпосылками, которые руководят поведением людей в различных ситуациях. Такие верования аксиоматичны, потому что они часто принимаются за истинные, но не в результате научного подтверждения, а в результате личного опыта и социализации человека. К. Леунг и М. Бонд предполагают, что социальные аксиомы, аналогично ценностям в теории Ш. Шварца, помогают решать проблемы жизнедеятельности представителей разных культур и, следовательно, их также можно рассматривать в качестве межкультурных характеристик.

Ценности были довольно хорошо исследованы в социальной психологии и психологии личности [25]. Кросскультурные психологи стремились привнести понятие культуры в теории и модели ценностей личности и изучить метрическую эквивалентность ценностных структур в разных культурных группах [26].

Однако поведенческие особенности далеко не всегда удается объяснить именно ценностями. По свидетельству кросс-культурного психолога из Гонконга М. Бонда, в его исследовании [19] различия в личностных чертах и социальных ролях китайцев и американцев не были связаны ни с одним из ценностных измерений Шварца. Поэтому, с его точки зрения, логично предположить существование и других типов психологических конструктов, которые могут обуславливать поведение: например, ожиданий и верований [20; 21]. Впоследствии М. Бондом и К. Леунгом была разработана исследовательская программа, направленная на изучение универсальных верований, обозначенных ими как «социальные аксиомы» [22; 23].

Что такое верования? Существует немало определений данного понятия, в том числе простых и лаконичных, например, «суждение, которому человек приписывает наименьшую степень уверенности» [16, с. 14], и более общих и размытых: «если человек воспринимает некоторые связи между двумя вещами или между чем-либо и его характеристиками, то говорят, что у него есть верования» [17, с. 4]. Основываясь на этих определениях, М. Бонд и К. Леунг вводят понятие **социальных аксиом** как «... генерализованных верований о себе, социальной и физической среде, духовном мире, высказанных в форме утверждений об отношениях между реально существующими фактами или идеями» [22].

Это определение подразумевает, что социальная аксиома имеет следующую структуру: *A* связано с *B*; при этом *A* и *B* могут быть любыми сущностями, а связи могут носить причинный или корреляционный характер. Аксиомы отражают некую понятную для человека истину, но не оценивают степень стремления к достижению какой-либо цели. Например, утверждение «Упорный труд всегда вознаграждается» указывает, что существует причинная связь между трудом и позитивными результатами труда (вознаграждением). Это — общее утверждение, потому что существует множество различных видов упорной работы и множество различных видов наград. Это не ценность, поскольку респондент не оценивает желательность для себя упорной работы или вознаграждения. Ценность имеет следующую форму: «*A* есть хорошее (желательное, важное)». Если *A* есть ценность, то ее важность детерминирована степенью желательности, которую люди вкладывают в нее. Поскольку структура ценности и структура верования похожи, некоторые исследователи рассматривают ценность как *оценочное верование*.

Социальные аксиомы также отличаются от норм, или *нормативных верований*, которые имеют характер предписания и принимают следующую форму: «*A* должен сделать *X*», где *A* — личность, *X* — акт. Утверждение «Мы обязаны сохранять окружающую среду» — пример нормативного верования, но не социальной аксиомы, потому что оно предписывает действия, необходимые для соблюдения правильных отношений между двумя сущностями.

Верования и другие установочные конструкты имеют минимум четыре функции, направленные на

выживание и адаптацию человека. Социальные аксиомы «облегчают достижение цели (*инструментальная функция*), помогают людям сохранять самооценку (*функция защиты своего Эго*), служат выражению человеческих ценностей (*функция выражения ценностей*) и оказывают помощь людям в понимании мира (*познавательная функция*)» [18]. Если обобщить эти функции, то социальные аксиомы можно рассматривать как фундаментальные психологические конструкты.

**Измерения социальных аксиом.** Внутри каждой культуры существует множество различных верований, поэтому К. Леунг с коллегами изучали верования не только в евроамериканской, но и в южноамериканской и китайской культурах, уделяя особое внимание таким источникам, как пословицы, сказки, газетные статьи. Кроме того, с жителями разных стран проводились структурированные интервью, направленные на выявление их верований в различных сферах жизни. Так было собрано около 3000 утверждений, которые затем были объединены в четыре категории:

- психологические атрибуты: аксиомы относительно характеристик или направленности личности;
- ориентации в социальном мире: аксиомы относительно социальных характеристик групп, организаций и обществ;
- социальное взаимодействие: аксиомы относительно того, как люди взаимодействуют друг с другом;
- окружающая среда: аксиомы относительно особенностей окружающей среды, имеющие выход на социальное поведение.

Далее эти четыре широкие категории были подразделены исследователями на 33 субкатегории. После тщательного анализа были отобраны 182 социальные аксиомы, каждая из которых представляла собой суждение, сформулированное одним предложением. Для выражения степени согласия с суждением использовалась пятибалльная шкала со следующими вариантами ответов: «абсолютно верю», «верю», «не знаю», «не верю», «абсолютно не верю». Были разработаны версии опросника на трех языках: китайском, английском и испанском. Опросник давался для заполнения студентам из Гонконга и Венесуэлы. Первоначально был проведен кластерный анализ данных для выявления основных групп пунктов и облегчения интерпретации результатов факторного анализа.

После обработки были выделены и описаны пять измерений [22].

Первый фактор был назван «*Социальный цинизм*», потому что входящие в него пункты представляли негативный взгляд на человеческую природу, в них указывалось на продажность власти, предвзятое отношение к некоторым группам людей, недоверие социальным институтам и игнорирование этики ради достижения цели.

Второй фактор был назван «*Социальная сложность*», потому что пункты, вошедшие в этот фактор, указывали на то, что нет абсолютных правил, но есть множество разных способов достижения результатов, и противоречивость человеческого поведения вполне обычна в повседневной жизни.

Третий фактор был назван «Награда за усилия», поскольку сгруппированные в нем суждения соответствовали верованиям, указывающим на то, что усилия, знания, точное планирование и вклад каких-либо личных ресурсов ведут к позитивным результатам и помогают избежать негативных последствий.

Четвертый фактор был исходно обозначен «Духовность» (позже он был переименован в «Религиозность»), поскольку вошедшие в него суждения указывают на существование сверхъестественных сил и благотворную, исцеляющую функцию религиозной веры.

Пятый фактор был назван «Контроль судьбы», так как суждения, вошедшие в этот фактор, представляли собой верования, указывающие на то, что все события в жизни предопределены и что существуют разные способы влиять на свою судьбу. Интересно, что люди вполне принимают логическое противоречие между предначертанностью судьбы и возможностью ее изменить.

На рис. 1 представлена концептуальная схема «работы» социальных аксиом. Согласно мнению авторов, социальные аксиомы призваны помочь людям в процессе выживания и адаптации к окружающему миру: при распознавании обмана (на социальном уровне), при разрешении проблем (на природном, сверхприродном и социальном уровнях) и при поисках смысла (на личностном уровне).

На следующем этапе исследования М. Бонд и К. Леунг задались вопросами о том, насколько универсальны выделенные ими измерения социальных аксиом, одинакова ли структура социальных аксиом в разных культурах и возможно ли проводить в разных культурах измерения с помощью одних и тех же вопросов. Для ответа на эти вопросы был организо-

ван глобальный проект, задействовавший людей из 40 культур. В исследовании была использована версия опросника, включающая 60 вопросов. Первоначально в опросник хотели включить также суждения, выделившиеся в особый фактор в Германии (названный «Межличностная гармония»), но затем этого делать не стали, так как в других культурах он не воспроизводился. Данные по студентам были собраны в 40 культурах, данные по взрослым — в 13 культурах. Выборка была сбалансирована по полу. Затем проводился факторный анализ отдельно для взрослых и для молодежи. Пятифакторная структура социальных аксиом в этом глобальном исследовании в целом подтвердилась. Затем авторами был проведен факторный анализ на уровне стран, с помощью которого была получена двухфакторная модель, объясняющая 41,9% вариативности.

В первый фактор вошло 21 суждение: десять — из фактора «Награда за усилия», восемь — из фактора «Религиозность», два — из фактора «Контроль судьбы» и одно — из фактора «Социальная сложность». Этот фактор был назван «Динамическая экстернальность». Термин «экстернальность» (обусловленность всего происходящего внешними факторами) обязан наличию элементов «религиозности» и «контроля судьбы», а акцент на усилиях привносит в этот фактор качества динамизма (активности). Во второй фактор вошли 11 суждений из фактора «Социальный цинизм», и его название не поменялось.

«Динамическая экстернальность» на уровне культуры отражает такие структуры верований, которые служат цели психологической мобилизации человека на противодействие трудностям среды, притесняющим внешним силам (включая судьбу и высший разум). «Ди-

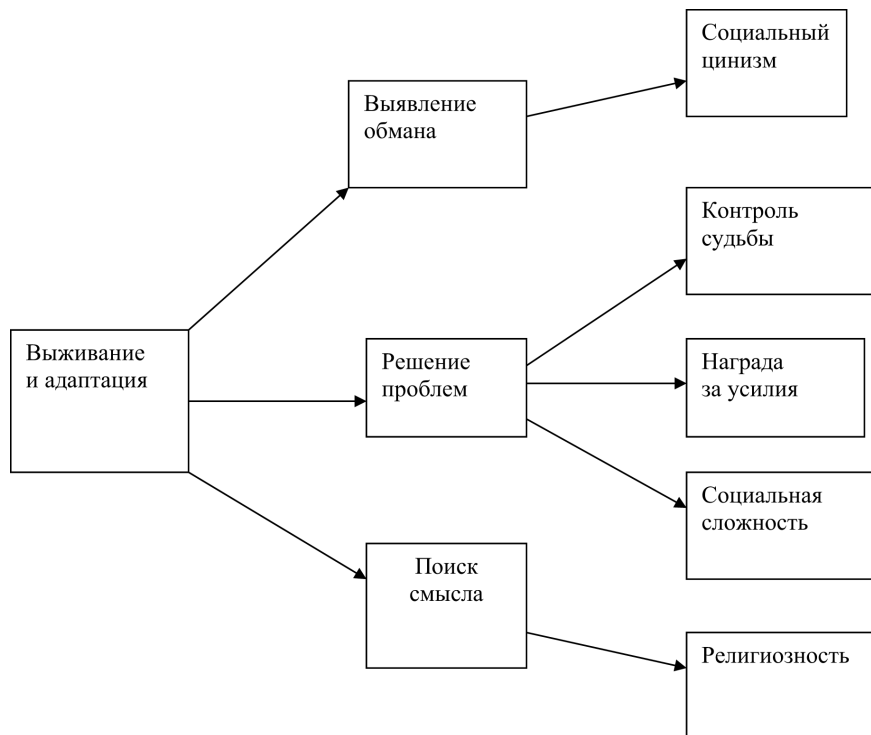


Рис. 1. Универсальная модель социальных аксиом М. Бонда и К. Леунга [23]



намическая экстернальность» свойственна социальным системам, в которых граждане готовы противостоять обстоятельствам и ожидают победы в этой борьбе. Ценностный профиль таких культур включает ценности коллективизма, иерархии и консерватизма. Эти нации обычно беднее, и стремление к безопасности, материальной обеспеченности и долгой жизни помогает национальному объединению, нацеливая социальную активность и психологические ориентации на достижение будущего материального прогресса. Авторами исследования показано, что высокий уровень трудовой занятости, ограниченная свобода, низкий уровень прав человека, низкий процент трат ВВП на здоровье облегчают дружное и энергичное решение гражданами проблем коллективного выживания в суровой среде.

«Социальный цинизм» представляет собой когнитивный компонент донные неизвестного культурного комплекса, отражающего предполагаемую ненависть и злобность социальной системы для своих членов. По мнению членов культур с высоким уровнем социального цинизма, социум приносит людям только зло. Люди уверены в том, что окружены враждебными, эгоистичными и властными индивидами, группами и институтами, притесняющими и подавляющими их. В условиях контроля уровня благосостояния люди в таких культурах в основном недоверчивы, несчастны и не удовлетворены жизнью. Они одиноки и ни на кого не полагаются. Авторы задаются вопросом, каковы же причины такого психологического взгляда на мир:

многочисленные гражданские или международные войны, иностранная колонизация, постоянные политические конфликты или частые экономические провалы? Пока это остается интригующей загадкой, и группы ученых в ряде стран мира в настоящее время проводят дополнительные исследования социальных аксиом и их корреляций с социально-экономическими, политическими и психологическими показателями.

Основываясь на своих измерениях, М. Бонд и К. Леунг построили гипотетическое пространство-карту, осями которого являются их измерения — «Динамическая Экстернальность» и «Социальный цинизм». На рис. 2 можно видеть данное пространство.

На рисунке видно, что Россия попадает в квадрант, в котором находятся страны с высокими показателями «Динамической экстернальности» и «Социального цинизма». Интересно обратить внимание на «компанию» стран, в которую попадает Россия в этом квадранте, по измерениям М. Бонда и К. Леунга. Это такие страны, как Гонконг, Перу, Индия, Нигерия, Тайвань, Таиланд, Пакистан, Грузия — страны, казалось бы, далекие от России по своим культурным особенностям (кроме Грузии). Однако, видимо, дело в данном случае не в культуре как таковой, а в ее направленности. Россия попадает в группу стран, культура которых в настоящее время направлена на достижение, преодоление бедности, но в то же время жители которых верят в злобность общества и государственной системы; стран, в которых относи-

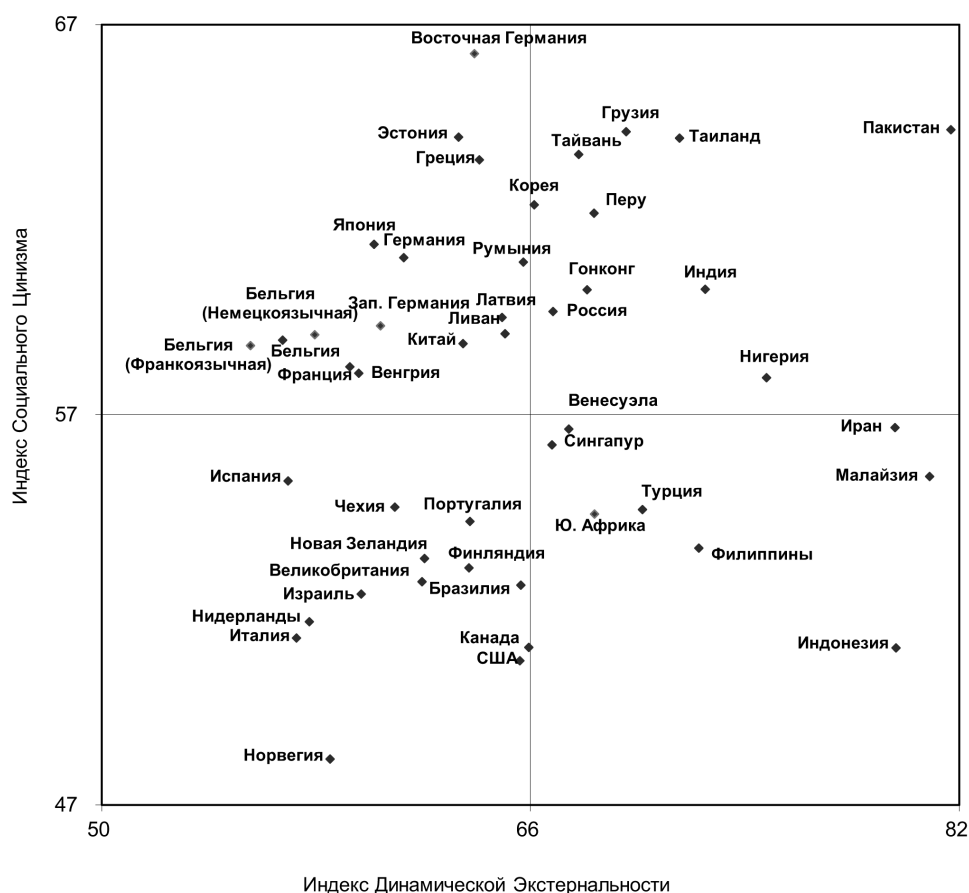


Рис. 2. Расположение различных стран в пространстве культурных измерений М. Бонда и К. Леунга [9]

тельно высок уровень социального цинизма. Нельзя сказать, что у России данный показатель экстремально высок, но все же он выше, чем у многих стран.

В табл. 1. представлены корреляции социальных аксиом с показателями социально-экономического развития.

Таблица 1

**Корреляции социальных аксиом при контроле благосостояния [18]**

Переменная	Источник	N	Динамическая экстер-нальность	Соци-альный цинизм
ВВП на душу населения 2000	Отчет о человеческом развитии, 2002, ООН; Мировая книга фактов, 2002	41	-.65*	-.40
Средняя дневная температура	Национальный Географический атлас мира, 1990	38	.47*	
Соотношение полов (мужчин к женщинам)	Отделение статистики, ООН, 2001	38	.56*	
Среднее число человек на комнату	Отделение статистики, ООН	23	.65*	.47
Темп роста населения, 2000–2005	Отделение статистики, ООН	37	.59*	
Средняя продолжительность жизни от рождения	Отчет о человеческом развитии, 2001, ООН	40	-.44*	
Количество неграмотных взрослых	Отделение статистики, ООН, 2000	24	.44	
Индекс роста конкурентоспособности	Мировой экономический форум, 2002	37		.36
Индекс человеческого развития, 1999	Отчет о человеческом развитии, 2001, ООН	40	-.55*	
Права человека	Humana (1992)	36	-.54*	
Относительный статус женщин	Комитет кризиса населения (1988)	36	-.60*	
Политические права и гражданские свободы, 1992–2001	Freedom House	40	-.52*	
Уровень безработицы	Отделение статистики, ООН	37	-.70*	
Количество рабочих часов в неделю	Международная организация труда	28	.60*	
Процент ВВП на образование	Отчет о человеческом развитии, 2001, ООН	40	-.32	
Процент ВВП на здоровье	Отчет о человеческом развитии, 2001, ООН	33	-.68*	
Потребление алкоголя, 1996	Отчет о человеческом развитии, 2001, ООН	37	-.50*	.38
Снижение человеческой уязвимости (индекс устойчивости окружающей среды)	Мировой экономический форум	33	-.42	
Социальные и институциональные возможности (индекс устойчивости окружающей среды)	Мировой экономический форум	33	-.42	
Явка на последних выборах	Отчет о человеческом развитии, 2000, ООН	32	-.38	-.36
Телезрители — число на 1000 жителей	WDI Online, группа Мир. Банка	37	-.37	
Процент людей, пользующихся Интернетом	Taylor Nelson Sofres (2001)	29		.43
Удовлетворенность работой	Международный обзор, исследование (1995)	22		-.53
Удовлетворенность компанией	Международный обзор, исследование (1995)	22		-.60*
Удовлетворенность жизнью	Мировой обзор ценностей, 1990–1993	25		-.65*
Индекс качества жизни	Diener (1995)	30	-.61*	
Темп жизни	Levine и Norenzayan (1999)	19		.79*
Добросовестность/честность	McCrae (2002)	25		-.47
Предпочтения при выборе партнера — Акцент на взаимном притяжении	Shackelford и Schmidt (2002)	25	-.52*	
Внутригрупповое несогласие	Smith, Dugan, Peterson, Leung (1998)	19		.48
% считающих, что «работа — деловая сделка»	Inglehart, Basañez и Moreno (1998)	23		.51
% людей, считающих, что новые научные разработки помогут человечеству	Inglehart и др. (1998)	23	.56*	
% взрослого населения, посещающего церковь раз в неделю	Мировой обзор ценностей, 1990–1993, цитируемый Swanbrow (1997)	27	.46	-.49
Важность религии в жизни — % считающих, что «очень важна»	Inglehart и др. (1998)	24	.62*	
Шкала конкурентоспособности (Spence-Helmreich)	Lynn (1991)	23	.64*	

*Примечание:* Все шкалы составлены таким образом, что более высокий балл означает более высокий уровень соответствующего понятия. Все корреляции значимы на 0,05 уровне, а помеченные звездочкой — на 0,01 уровне.

Как мы видим, корреляция ВВП на душу населения с «Динамической экстернальностью» (ДЭ) составляет  $-0,65$ , с «Социальным цинизмом» (СЦ) —  $-0,40$ .

**Динамическая экстернальность.** Контролируемые по уровню ВВП на душу населения, страны с высоким уровнем ДЭ имеют в целом более высокие показатели дневной температуры (расположены в жарком поясе), имеют большую численность мужчин в популяции, большее количество иждивенцев на долю трудоспособного населения, большую плотность населения, высокий прирост популяции, низкую ожидаемую продолжительность жизни, высокий уровень неграмотности взрослых, низкий индекс человеческого развития, низкий уровень прав человека, низкий статус женщин, низкий уровень политических прав и свобод, низкий уровень безработицы, низкий процент трат ВВП на образование и здоровье, низкий уровень потребления алкоголя, низкие показатели здоровья и устойчивости развития, низкий уровень явки на политические выборы и низкую распространенность телевидения. Эти данные позволяют предполагать, что высокий уровень ДЭ в целом соотносится с менее развитым образовательным, социальным и политическим уровнем нации даже в условиях контролируемого уровня ВВП на душу населения.

Что касается корреляций с психологическими показателями, то в условиях контроля ВВП на душу населения ДЭ коррелирует со склонностью граждан страны ладить с другими людьми, стремиться к высокому статусу, быть внимательными и отзывчивыми к своему социальному окружению, быть активно религиозными и не любить «чужаков». С другой стороны, ДЭ связана с низким качеством жизни, более соревновательной мотивацией и большей верой в научный прогресс. В нациях с высоким уровнем ДЭ преобладают люди, психологическая ориентация которых по отношению к другим отличается нормативностью, включенностью и приспособляемостью. Такой набор характеристик отражает менее благоприятную социально-экономическую и политико-образовательную среду, с которой жители стран с высокой ДЭ ежедневно сталкиваются. Это довольно трудные для человека культурные условия.

**Социальный цинизм.** В условиях контролируемого ВВП на душу населения СЦ связан с большей плотностью заселения, высоким уровнем соревновательности, более высоким уровнем потребления алкоголя, низким уровнем явки на политические выборы и более частым использованием Интернета.

Что касается психологических индикаторов, СЦ связан с более низкой удовлетворенностью содержанием и местом работы, низкой удовлетворенностью жизнью и более высоким темпом жизни. СЦ также связан с большим внутригрупповым несогласием, убеждением в том, что работать надо соответственно оплате (и не больше), низким уровнем религиозности (посещения церкви) и низким уровнем стремления к достижениям.

Этот профиль показывает, что даже при контроле уровня благосостояния нации с высоким СЦ имеют более высококонкурентную экономику, но их жители имеют более низкий уровень внутренней мотивации к работе и удовлетворенности ею. Они также характеризуются более автономным и расчетливым стилем межличностного взаимодействия.

Таким образом, теория социальных аксиом представляет собой интересный и перспективный подход к изучению культурной вариативности. Данный подход обладает хорошей прогностической и объяснительной ценностью.

Концепт социальных аксиом используется отечественными исследователями в их работах [1; 10; 11], однако эмпирическое исследование социальных аксиом оказывается затруднительным, поскольку оригинальная версия опросника социальных аксиом довольно объемна, сбор эмпирических данных становится очень трудоемким, качество заполнения опросника снижается.

Ранее мы адаптировали на русском языке полную версию опросника социальных аксиом [13, с. 116–132], включающую 126 суждений. Однако такая версия довольно объемна, и ее сложно использовать в исследовательских и прикладных целях, поэтому возникает необходимость разработки сокращенной версии опросника социальных аксиом. Таким образом, цель данной работы состояла в разработке и апробации сокращенной версии опросника «Социальные аксиомы». В процессе работы мы поставили перед собой задачу создания такой версии опросника, которая бы удовлетворяла и пятифакторной структуре (Социальный цинизм, Контроль судьбы, Награда за усилия, Социальная сложность, Религиозность). С опорой на результаты конфирматорного факторного анализа мы старались отобрать такие вопросы, которые бы имели максимальные нагрузки в пятифакторной структуре. Причем это должна быть относительно короткая (около 30 пунктов) и максимально точная версия опросника, хорошо подходящая под российские реалии.

## Методика

**Выборка.** Поскольку Россия является поликультурным государством, мы провели опрос среди представителей различных этнических групп (табл. 2), проживающих в России. Исследование проводилось в г. Москве, в г. Ставрополе и в г. Сибай (Республика Башкортостан). Помимо русских, в выборку вошли респонденты из наиболее представительных этнических групп России (татары, башкиры), а также представители народов Кавказа. В процессе формирования выборки мы стремились сделать ее этнически гетерогенной, поскольку социокультурные факторы в полиэтничном обществе оказывают влияние на результаты тестирования [14] и если изучаются коллективные верования, то представленность в выборке различных этнических групп очень важна. Общее

количество респондентов — N=867, в табл. 2 можно видеть основные характеристики выборки.

## Результаты исследования

### 1. Конфирматорный факторный анализ пяти шкал в отдельности.

Цель первого этапа анализа состояла в том, чтобы оставить по каждой из пяти шкал только те вопросы, которые имеют максимальные нагрузки, т. е. уменьшить количество вопросов в шкалах, оставив только такие вопросы, которые максимально точно измеряют оцениваемые конструкты. С этой целью мы провели конфирматорный факторный анализ каждой из пяти шкал по отдельности. В процессе анализа удалялись вопросы, которые были слабо связаны со шкалой в целом. Также в процессе анализа мы стремились к тому, чтобы показатели качества каждой из пяти моделей, репрезентирующих пять социальных аксиом, достигли приемлемых уровней с точки зрения статистики. Когда удавалось достичь баланса между показателями качества модели и нагрузками, с которыми каждый из вопросов входил в латентные факторы, мы прекращали удаление вопросов. Таким образом, мы сократили шкалы до 5–8 утверждений с первоначальных 15–25 утверждений.

Ниже представлены пять таблиц с итоговыми результатами конфирматорного факторного анализа по каждой из пяти шкал, соответствующих пяти социальным аксиомам (в левых столбцах указаны номера пунктов в полной русскоязычной версии).

Модель, представленная в табл. 3, имеет хорошие показатели пригодности:  $\chi^2 = 47,8$ ;  $df = 13$   $\chi^2 / df = 3,6$ ; CFI = 0,95; RMSEA = 0,05; PCLOSE = 0,30. Все стандартизированные коэффициенты «бета», характеризующие связь пунктов со шкалой, представленные в табл. 3, являются статистически значимыми на уровне  $p < 0,001$ .

Модель, представленная в табл. 4, имеет хорошие показатели пригодности:  $\chi^2 = 33,4$ ;  $df = 9$   $\chi^2 / df = 3,7$ ; CFI = 0,94; RMSEA = 0,05; PCLOSE = 0,28. Все стандартизированные коэффициенты «бета» являются статистически значимыми на уровне  $p < 0,001$ .

Модель, представленная в табл. 5, имеет хорошие показатели пригодности:  $\chi^2 = 8,08$ ;  $df = 4$   $\chi^2 / df = 2,02$ ; CFI = 0,99; RMSEA = 0,03; PCLOSE = 0,74. Все коэффициенты «бета» статистически значимы ( $p < 0,001$ ).

Модель, представленная в табл. 6, также имеет хорошие показатели пригодности:  $\chi^2 = 103,3$ ;  $df = 35$   $\chi^2 / df = 2,9$ ; CFI = 0,93; RMSEA = 0,05; PCLOSE = 0,63.

Таблица 2

#### Выборка исследования

Этническая группа	N	Кол-во мужчин	Возраст M (σ)
Русские	227	80	27,7 (12,1)
Башкиры	241	128	20,0 (1,3)
Армяне	111	10	39,8 (10,9)
Дагестанцы	129	35	32,1 (12,9)
Чеченцы	107	34	38,4 (10,9)
Татары	52	21	20,1 (2,1)
Всего	867	308	28,6 (12,2)

**Инструментарий.** Используемый в исследовании опросник включал полную русскоязычную версию методики «Социальные аксиомы» М. Бонда и К. Леунга [13, с. 116–132]. В опросник входило 126 утверждений, направленных на выявление 5 классических, культурно-универсальных социальных аксиом («Социальный цинизм», «Контроль судьбы», «Религиозность», «Социальная сложность», «Награда за усилия»). Респонденту предлагалось выразить степень своего согласия с каждым утверждением в соответствии с пятибалльной шкалой: от 1 — абсолютно не согласен до 5 — полностью согласен.

Обработка данных опросника «Социальные аксиомы» осуществлялась с помощью конфирматорного факторного анализа. В процессе обработки мы старались оставить в каждом из пяти факторов не более чем по пять утверждений, которые имеют максимальную нагрузку в данном факторе. Поскольку при выполнении структурного моделирования и конфирматорного факторного анализа должно соблюдаться требование, чтобы на каждую переменную приходилось не менее 20 респондентов, мы проводили анализ в два этапа. На первом этапе каждая из шкал в отдельности была подвергнута конфирматорному факторному анализу, и мы оставили в каждой шкале по 6–8 утверждений, имеющих максимальные факторные нагрузки. На втором этапе анализа мы объединили пять факторов, модель и вновь, опираясь на характеристики качества модели, сократили количество утверждений в каждой шкале до пяти, оставив максимально репрезентативные.

Таблица 3

#### Результаты конфирматорного факторного анализа шкалы «Социальный цинизм»

№	Формулировка	Станд. β	R <sup>2</sup>
37	Богатые люди становятся богаче, бедные люди становятся беднее	0,545	0,336
39	Занятие общественными делами приносит только проблемы	0,410	0,162
53	Различные социальные институты в обществе расположены к богатым	0,489	0,173
67	Власть и статус делают людей надменными	0,534	0,285
77	Люди, становясь богатыми и успешными, забывают тех, кто помогал им в жизни	0,416	0,239
81	Возможность обогащения порождает у людей нечестность	0,402	0,168
114	Люди с деньгами правят миром	0,579	0,297



Все коэффициенты «бета» статистически значимы ( $p < 0,001$ ).

Модель, представленная в табл. 7, также имеет хорошие показатели пригодности:  $\chi^2 = 41,1$ ;  $df=13$   $\chi^2/df = 3,1$ ; CFI = 0,97; RMSEA = 0,05; PCLOSE = 0,47. Все коэффициенты «бета» статистически значимы ( $p < 0,001$ ).

Таким образом, мы отобрали для каждой из шкал такие утверждения, которые имеют максимальные нагрузки по отношению к пяти классическим факторам социальных аксиом и обладают максимальной согласованностью (на что указывают хорошие характеристики моделей).

## 2. Конфирматорный факторный анализ всей модели пяти социальных аксиом.

Цель второго этапа анализа состояла в оценке того, как работают оставшиеся после первого этапа анализа вопросы при проведении симультанного конфирматорного факторного анализа всех шкал, и в дальнейшем сокращении количества вопросов в каждой шкале.

На рис. 3 приводится модель, иллюстрирующая результаты симультанного конфирматорного факторного анализа пяти социальных аксиом. В процессе выполнения конфирматорного факторного анали-

Таблица 4

### Результаты конфирматорного факторного анализа шкалы «Социальная сложность»

№	Формулировка	Станд. $\beta$	R <sup>2</sup>
22	Поведение человека может противоречить его истинным чувствам	0,538	0,142
23	Поведение человека меняется в зависимости от социальных условий	0,462	0,154
35	Люди внезапно могут потерять все, что имеют	0,456	0,204
65	Каждый человек уникален	0,452	0,208
71	Многие вещи кажутся намного более сложными, чем они есть на самом деле (обратный)	0,392	0,213
101	В разных ситуациях люди могут вести себя абсолютно по-разному	0,376	0,289

Таблица 5

### Результаты конфирматорного факторного анализа шкалы «Контроль судьбы»

№	Формулировка	Станд. $\beta$	R <sup>2</sup>
14	Успех человека в жизни зависит от судьбы	0,637	0,431
52	Люди, которых человек будет любить в своей жизни, предопределены судьбой	0,356	0,449
42	У людей нет способа улучшить свою судьбу	0,475	0,225
79	Все во Вселенной предопределено	0,67	0,127
95	Успехи и неудачи человека обусловлены судьбой	0,657	0,406

Таблица 6

### Результаты конфирматорного факторного анализа шкалы «Награда за усилия»

№	Формулировка	Станд. $\beta$	R <sup>2</sup>
2	Человек достигнет успеха, если он действительно старается	0,517	0,255
5	Неприятности могут быть преодолены с помощью усилий	0,355	0,228
8	Человек получает от жизни ровно столько, сколько тратит на нее	0,358	0,390
34	Можно добиться успеха, идя к нему шаг за шагом	0,433	0,171
68	Провал — начало успеха	0,321	0,300
78	Трудности можно преодолеть усердной работой и упорством	0,548	0,103
87	Неприятности и тяжелые времена делают людей сильнее	0,413	0,187
88	Усердно работающие люди в итоге достигнут большего	0,477	0,128
104	Выносливость и решительность — ключ к достижению целей	0,505	0,126
105	Трудолюбивые люди хорошо вознаграждаются	0,624	0,268

Таблица 7

### Результаты конфирматорного факторного анализа шкалы «Религиозность»

№	Формулировка	Станд. $\beta$	R <sup>2</sup>
4	Религия помогает людям преодолевать жизненные кризисы	0,671	0,469
17	Религиозная вера помогает людям сделать правильный выбор в сложной жизненной ситуации	0,681	0,445
43	Религиозная вера способствует душевному здоровью	0,731	0,287
75	Религия делает людей более здоровыми	0,701	0,492
76	Существует Верховный разум, управляющий Вселенной	0,535	0,534
84	Религия делает людей счастливее	0,667	0,463
106	Религия помогает людям делать правильный выбор в жизни	0,685	0,450

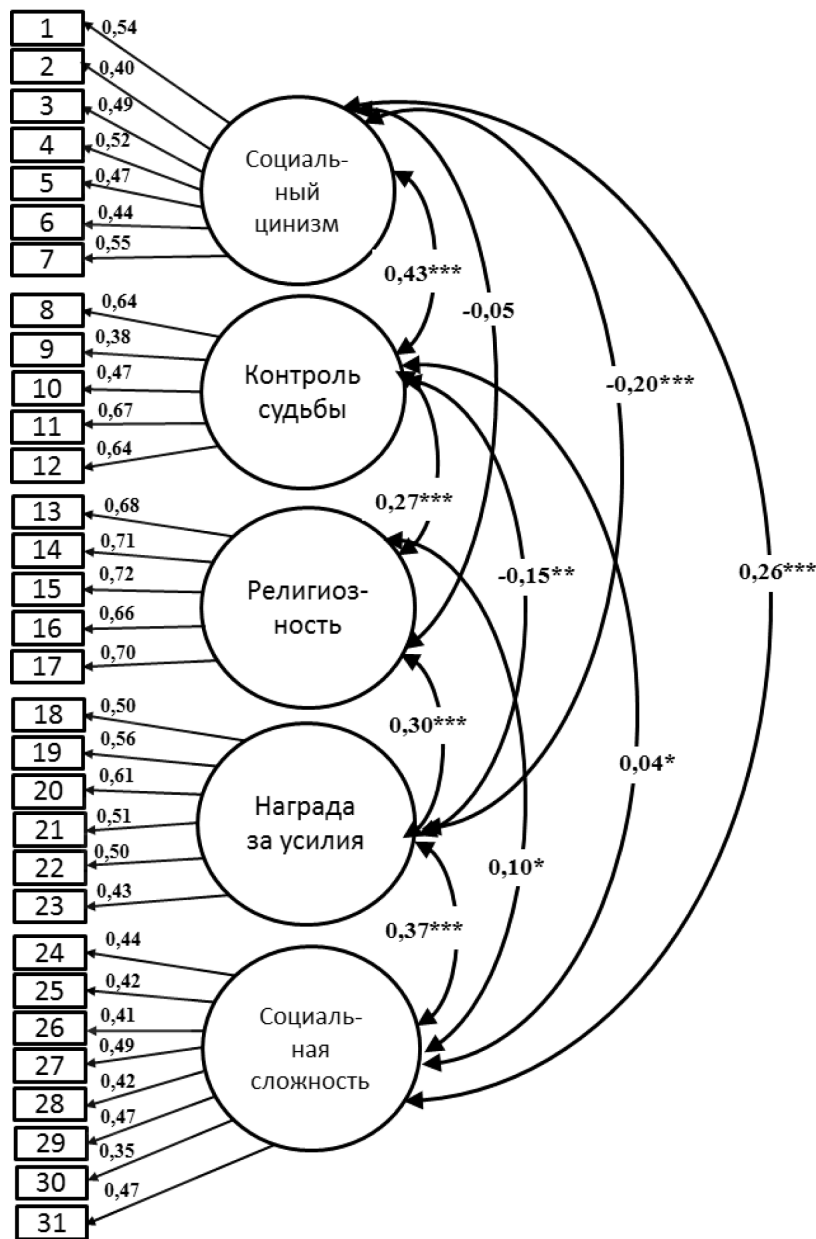
за мы стремились также к сокращению количества утверждений в факторах, чтобы в конечном итоге в каждом факторе осталось по пять утверждений. Этого не удалось достичь только для факторов «Социальный цинизм», «Награда за усилия», «Социальная сложность».

Модель, представленная на рис. 3, имеет хорошие показатели пригодности:  $\chi^2 = 1251,0$ ;  $df = 423$ ;  $\chi^2/df = 2,9$ ; CFI = 0,83; RMSEA = 0,05; PCLOSE = 0,91. Веса всех переменных, которые входят в соответствующие факторы, значимы на уровне  $p < 0,001$ . Формулировки утверждений, стоящих под номерами на рис. 3, приводятся в табл. 8. В этой же таблице можно видеть веса каждой переменной и долю объясненной дисперсии.

Таким образом, нам удалось получить довольно емкую структурную модель, которая обладает приемлемыми показателями качества и в то же время включает значительно меньшее количество утверждений по сравнению с предыдущей версией опросника «Социальные аксиомы».

### Обсуждение результатов

В процессе выполнения конфирматорного факторного анализа мы стремились к сокращению количества утверждений в факторах, чтобы в конечном итоге в каждом факторе осталось по пять утверждений. Этого не удалось достичь для шкал «Социаль-



\* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \*\*\* $p < 0,001$

Рис. 3. Графическое представление конфирматорного факторного анализа сокращенной версии опросника «Социальные аксиомы»

**Результаты конфирматорного факторного анализа сокращенной версии опросника «Социальные аксиомы»**

№ пункта*	Формулировки пунктов	Станд. β**	R <sup>2</sup>
<i>Социальный цинизм</i>			
1 (37)	Богатые люди становятся богаче, бедные люди становятся беднее	0,544	0,217
2 (39)	Занятие общественными делами приносит только проблемы	0,403	0,125
3 (53)	Различные социальные институты в обществе расположены к богатым	0,495	0,219
4 (67)	Власть и статус делают людей надменными	0,521	0,181
5 (77)	Люди, становясь богатыми и успешными, забывают тех, кто помогал им в жизни	0,466	0,306
6 (81)	Возможность обогащения порождает у людей нечестность	0,385	0,194
7 (114)	Люди с деньгами правят миром	0,474	0,246
<i>Контроль судьбы</i>			
8 (14)	Успех человека в жизни зависит от судьбы	0,667	0,262
9 (42)	У людей нет способа улучшить свою судьбу	0,644	0,174
10 (52)	Люди, которых человек будет любить в своей жизни, предопределены судьбой	0,681	0,244
11 (79)	Все во Вселенной предопределено	0,705	0,172
12 (95)	Успехи и неудачи человека обусловлены судьбой	0,718	0,175
<i>Религиозность</i>			
13 (17)	Религиозная вера помогает людям сделать правильный выбор в сложной жизненной ситуации	0,663	0,194
14 (43)	Религиозная вера способствует душевному здоровью	0,701	0,371
15 (75)	Религия делает людей более здоровыми	0,499	0,317
16 (84)	Религия делает людей счастливее	0,563	0,249
17 (106)	Религия помогает людям делать правильный выбор в жизни	0,609	0,492
<i>Награда за усилия</i>			
18 (2)	Человек достигнет успеха, если он действительно старается	0,441	0,44
19 (78)	Трудности можно преодолеть усердной работой и упорством	0,419	0,515
20 (88)	Усердно работающие люди в итоге достигнут большего	0,414	0,497
21 (104)	Выносливость и решительность — ключ к достижению целей	0,494	0,463
22 (105)	Трудолюбивые люди хорошо вознаграждаются	0,417	0,415
23 (34)	Можно добиться успеха, идя к нему шаг за шагом	0,640	0,445
<i>Социальная сложность</i>			
24 (22)	Поведение человека может противоречить его истинным чувствам	0,512	0,225
25 (23)	Поведение человека меняется в зависимости от социальных условий	0,496	0,148
26 (35)	Люди внезапно могут потерять все, что имеют	0,441	0,409
27 (65)	Каждый человек уникален	0,553	0,217
28 (71)	Многие вещи кажутся намного более сложными, чем они есть на самом деле	0,426	0,271
29 (101)	В разных ситуациях люди могут вести себя абсолютно по-разному	0,468	0,245
30 (80)	Сильно отличающиеся мнения могут быть оба правильными	0,353	0,163
31 (98)	Для достижения цели важно видение разных путей к ней	0,466	0,296

\* В скобках приведен номер утверждения в полной версии опросника.

\*\* Все коэффициенты «бета» статистически значимы ( $p < 0,001$ ).

ный цинизм», «Награда за усилия» и «Социальная сложность». Хотя структурная модель, включающая пять факторов, состоящих из пяти утверждений, имела довольно высокие показатели пригодности, коэффициенты  $\alpha$  Кронбаха для шкал «Социальный цинизм», «Награда за усилия» и «Социальная сложность» оказывались около 0,6, если в эти шкалы входило по пять утверждений. Для шкал «Контроль судьбы» и «Религиозность» коэффициенты  $\alpha$  Кронбаха составили 0,7 и 0,8 соответственно при пяти пунктах. Поэтому мы стали добавлять в шкалы «Социальный цинизм», «Награда за усилия» и «Социальная сложность» пункты из полной версии

опросника. В результате нам удалось сохранить приемлемое качество факторной модели (рис. 3, табл. 8) и достичь  $\alpha$  Кронбаха на уровне 0,7 для шкал «Социальный цинизм», «Награда за усилия» и «Социальная сложность»; при этом данные шкалы стали включать 7, 6 и 8 пунктов соответственно.

Дополнительно нами была проведена оценка нормальности распределения среднего балла по каждой из социальных аксиом опросника полной и сокращенной версий. Однако, как мы и ожидали, нормальности распределения среднего балла обнаружено не было. Это вполне объяснимо — верования не могут быть распределены нормально в социальной среде

полиэтнического общества, в котором даже нормирование тестового балла личностных тестов весьма затруднительно [12].

Для того чтобы определить, насколько результаты сокращенной версии методики соответствуют результатам полной версии методики, мы посчитали средние значения по сокращенным версиям каждой из пяти шкал и прокоррелировали их со средними значениями, рассчитанными по исходным версиям шкал полного варианта методики. Коэффициенты корреляции ( $r$  Спирмена) получились следующими (все  $p < 0,001$ ): «Социальный цинизм» —  $r = 0,84$ ; «Контроль судьбы» —  $r = 0,50$ ; «Религиозность» —  $r = 0,74$ ; «Награда за усилия» —  $r = 0,66$ ; «Социальная сложность» —  $r = 0,69$ .

Корреляционный анализ позволяет заключить, что показатели социальных аксиом, полученные при помощи полной версии опросника, довольно тесно коррелируют с показателями, полученными при помощи сокращенной версии. Таким образом, мы можем заключить, что сокращенная версия опросника дает практически те же результаты, что и полная.

### Заключение

На основе адаптированной ранее полной русскоязычной версии опросника М. Бонда и К. Леунга «Социальные аксиомы» (которая включает 126 утверждений) авторами была разработана сокращенная версия данного опросника, включающая 31 пункт. Разработанная авторами методика является на настоящий момент единственной опубликованной сокращенной версией опросника «Социальные аксиомы».

Результаты вычислений коэффициента  $\alpha$  Кронбаха для шкал короткой версии опросника, а также результаты конфирматорного факторного анализа структуры всего опросника подтвердили надежность-согласованность шкал новой версии данного опросника.

Все пять шкал полной и сокращенной версий коррелируют достаточно высоко и статистически значимо. Это позволяет сделать заключение, что точность измерения того, насколько индивид разделяет тот или иной набор социальных аксиом, практически не отличается в полной и сокращенной версиях опросника для русскоязычной выборки.

Короткая версия данного опросника более удобна для полевых исследований, чем полная, поскольку, позволит получить большее количество респондентов, откликнувшихся и заполнивших до конца анкету. При ее заполнении утомление респондентов будет наступать позже, что означает более высокое качество полученных данных.

Методика может использоваться в процессе научных исследований, в том числе и в области экономической психологии, поскольку, как было показано во вводной части данной статьи, многие из социальных аксиом связаны с социально-экономическими и социально-политическими характеристиками обществ, а значит, и с особенностями экономического и политического поведения людей.

Данный опросник также можно использовать в прикладной работе, например, в сфере организационной диагностики или профотбора. Использование данной методики позволит понять, какие верования разделяют сотрудники организации или кандидаты на определенные должностные позиции, и с определенной долей вероятности предсказать паттерны их поведения в различных ситуациях, доверие или реакцию на те или иные организационные решения.

Обновленная версия опросника и ключи к ней находятся в Приложении. Важно обратить внимание на то, что в опроснике, который мы приводим в приложении, вопросы, направленные на измерение различных социальных аксиом, идут в смешанном порядке, т. е. их последовательность не соответствует последовательности, представленной в табл. 8.

### Приложение

#### Сокращенная версия методики «Опросник социальных аксиом» (ОСА-31)

**Инструкция.** Следующие фразы представляют собой утверждения, относящиеся к тому, во что мы верим. Внимательно прочитайте каждую фразу и обведите цифру, которая лучше всего отражает Ваше мнение.

Утверждения	Абсолютно не согласен	Не согласен	Не знаю	Согласен	Абсолютно согласен
1. Человек достигнет успеха, если он действительно старается	1	2	3	4	5
2. Успех человека в жизни зависит от судьбы	1	2	3	4	5
3. Религиозная вера помогает людям сделать правильный выбор в сложной жизненной ситуации	1	2	3	4	5
4. Поведение человека может противоречить его истинным чувствам	1	2	3	4	5
5. Поведение человека меняется в зависимости от социальных условий	1	2	3	4	5
6. Можно добиться успеха, идя к нему шаг за шагом	1	2	3	4	5
7. Люди внезапно могут потерять все, что имеют	1	2	3	4	5



Утверждения	Абсолютно не согласен	Не согласен	Не знаю	Согласен	Абсолютно согласен
8. Богатые люди становятся богаче, бедные люди становятся беднее	1	2	3	4	5
9. Занятие общественными делами приносит только проблемы	1	2	3	4	5
10. У людей нет способа улучшить свою судьбу	1	2	3	4	5
11. Религиозная вера способствует душевному здоровью	1	2	3	4	5
12. Люди, которых человек будет любить в своей жизни, предопределены судьбой	1	2	3	4	5
13. Различные социальные институты в обществе расположены к богатым	1	2	3	4	5
14. Каждый человек уникален	1	2	3	4	5
15. Власть и статус делают людей надменными	1	2	3	4	5
16. Многие вещи кажутся намного более сложными, чем они есть на самом деле	1	2	3	4	5
17. Религия делает людей более здоровыми	1	2	3	4	5
18. Люди, становясь богатыми и успешными, забывают тех, кто помогал им в жизни	1	2	3	4	5
19. Трудности можно преодолеть усердной работой и упорством	1	2	3	4	5
20. Все во Вселенной предопределено	1	2	3	4	5
21. Сильно отличающиеся мнения могут быть оба правильными	1	2	3	4	5
22. Возможность обогащения порождает у людей нечестность	1	2	3	4	5
23. Религия делает людей счастливее	1	2	3	4	5
24. Усердно работающие люди в итоге достигнут большего	1	2	3	4	5
25. Успехи и неудачи человека обусловлены судьбой	1	2	3	4	5
26. Для достижения цели важно видение разных путей к ней	1	2	3	4	5
27. В разных ситуациях люди могут вести себя абсолютно по-разному	1	2	3	4	5
28. Выносливость и решительность — ключ к достижению целей	1	2	3	4	5
29. Трудолюбивые люди хорошо вознаграждаются	1	2	3	4	5
30. Религия помогает людям делать правильный выбор в жизни	1	2	3	4	5
31. Люди с деньгами правят миром	1	2	3	4	5

**Ключи:**

- «Социальный цинизм» — 8, 9, 13, 15, 18, 22, 31;
- «Контроль судьбы» — 2, 10, 12, 20, 25;
- «Религиозность» — 3, 11, 17, 23, 30;
- «Награда за усилия» — 2, 19, 24, 28, 29, 6;
- «Социальная сложность» — 4, 5, 7, 14, 16 (обр.), 21, 26, 27.

По каждому блоку социальных аксиом подсчитывается среднее значение. Обратное утверждение необходимо перекодировать.

**Литература**

1. Авдулова Т.П., Мотылева Л.А. Социальные представления подростков, склонных к риску // Социальная психология и общество. 2015. № 2 (6). С. 105—116.
2. Андреева Г.М. Психология социального познания: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2000. 287 с.
3. Галыпина В.Н., Лебедева Н.М. Трансмиссия ценностей и психологическое благополучие подростков: трехпоколенное исследование русских и осетин в Республике Северная Осетия — Алания // Культурно-историческая психология. 2019. № 2(15). С. 43—53. doi:10.17759/chp.2019150205
4. Емельянова Т.П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006. 400 с.
5. Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006. 355 с.

**References**

1. Avdulova T.P., Motyleva L.A. Sotsial'nye predstavleniya podrostkov, sklonnykh k risku [Social representations of adolescents are prone to risk]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 2015. Vol. 6, no. 2, pp. 105—116. (In Russ., abstr. in Engl.).
2. Galyapina V.N., Lebedeva N.M. Transmissiya tsennostei i psikhologicheskoe blagopoluchie podrostkov: trekhpokolennoe issledovanie russkikh i osetin v Respublike Severnaya Osetiya — Alaniya [Transmission of values and psychological well-being of adolescents: a three-generation study of Russians and Ossetians in the Republic of North Ossetia-Alania]. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya* [Cultural-Historical Psychology], 2019. Vol. 15, no. 2, pp. 105—116. (In Russ., abstr. in Engl.). doi:10.17759/chp.2019150205.
3. Andreeva G.M. Psikhologiya sotsial'nogo poznaniya [Psychology of social cognition]. Moscow: Aspect press, 2000. 287 p.
4. Emel'yanova T.P. Konstruirovaniye sotsial'nykh predstavlenii v usloviyakh transformatsii rossiiskogo

6. Лалин Н.И., Беляева Л.А., Наумова Н.Ф., Здравомыслов А.Г. Динамика ценностей населения реформируемой России. М.: УРСС, 1996, 224 с.

7. Лебедева Н.М. Базовые ценности русских на рубеже XXI века // Психологический журнал. 2000. № 3 (21). С. 73–87.

8. Лебедева Н.М. Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре // Психологический журнал. 2001. № 3 (22). С. 26–36.

9. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Ценности культуры и развитие общества. М.: Изд-во ГУ-ВШЭ, 2007. 527 с.

10. Нартова-Бочавер С.К. Связь психологической суверенности и социальных верований: границы личности в контексте «большого» социума // Социальная психология и общество. 2017. № 3 (8). С. 100–114. doi: 10.17759/sps.2017080308

11. Павлова О.С. Ценностные ориентации чеченцев и ингушей: источники и детерминанты // Культурно-историческая психология. 2012. № 2 (8). С. 78–87.

12. Сергиенко Е.А., Хлевная Е.А., Ветрова И.И., Никитина А.А. Тест эмоционального интеллекта – русскоязычная методика // Социальная психология и общество. 2019. № 3 (10). С. 177–192. doi:10.17759/sps.2019100311

13. Татарко А.Н., Лебедева Н.М. Методы этнической и кросскультурной психологии. М.: НИУ ВШЭ, 2011. 260 с. doi: 10.17323/978-5-7598-0867-1

14. Шестопал Е.Б. Особенности использования психологических методов для изучения политического восприятия // Социальная психология и общество. 2018. № 3 (8). С. 81–90. doi:10.17759/sps.2018090309

15. Эм М.-А., Дани Л., Дворянчиков Н.В., Бовина И.Б. Как дети понимают здоровье и болезнь: размышления с точки зрения теории социальных представлений // Культурно-историческая психология. 2018. № 1(14). С. 15–22. doi:10.17759/chp.2018140102

16. Bar-Tal D. The Conception of Group Beliefs // Group Beliefs. Springer Series in Social Psychology. New York, NY: Springer, 1990. P. 35–46. doi: 10.1007/978-1-4612-3298-8\_4

17. Bem D.J. Beliefs, attitudes, and human affairs. Belmont, CA: Brooks/Cole Pub. Co, 1970. 144 p.

18. Bond M.H., Leung K., et al. Culture-level dimensions of social axioms and their correlations across 41 cultures // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2004. № 5 (35). P. 548–570.

19. Ip G. W.M., Bond M.H. Culture, values, and the spontaneous self-concept // Asian Journal of Psychology. 1995. № 1. P. 30–36.

20. Leung K. Some determinants of reactions to procedural models of conflict resolution: A cross-national study // Journal of Personality and Social Psychology. 1987. № 53. P. 898–908. doi: 10.1037/0022-3514.53.5.898

21. Leung K., Bond M.H., Schwartz S.H. How to explain cross-cultural differences: Values, valences, and expectancies? // Asian Journal of Psychology. 1995. № 1. P. 70–75.

22. Leung K., Bond M.H., Reimel de Carrasquel S., Muñoz C., Hernández M., Murakami F., Yamaguchi S., Bierbrauer G., Singelis T.M. Social axioms: The search for universal dimensions of general beliefs about how the world functions // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2002. № 33. P. 286–302. doi: 10.1177/0022022102033003005

23. Leung K., Bond M.H. Social axioms: A model for social beliefs in multicultural perspective // Advances in Experimental Social Psychology. 2004. № 36. P. 119–142. doi: 10.1016/S0065-2601(04)36003-X

24. Magun V., Rudnev M. Basic Values of Russians and Other Europeans // Problems of Economic Transition. 2012. № 10 (54). P. 31–64.

obshchestva [Construction of social representations in the conditions of transformation of the Russian society]. Moscow: «Institut psikhologii RAN», 2006. 400 p.

5. Zhuravleva N.A. Dinamika tsennostnykh orientatsii lichnosti v rossiiskom obshchestve [Dynamics of personal value orientations in Russian society]. Moscow: «Institut psikhologii RAN», 2006. 355 p.

6. Lapin N.I., Belyaeva L.A., Naumova N.F., Zdravomyslov A.G. Dinamika tsennostei naselenii reformiruemoi Rossii [Dynamics of values of the population of the reformed Russia]. Moscow: URSS, 1996. 224 p.

7. Lebedeva N.M. Bazovye tsennosti russkikh i na rubezhe XXI veka [Basic values of Russians at the turn of the twenty-first century]. *Psikhologicheskii zhurnal [Psychological journal]*, 2000. Vol. 21, no. 2, pp. 73–87. (In Russ., abstr. in Engl.).

8. Lebedeva N.M. Tsennostno-motivatsionnaya struktura lichnosti v russkoi kul'ture [Value-motivational structure of the personality in the Russian culture]. *Psikhologicheskii zhurnal [Psychological journal]*, 2001. Vol. 22, no. 3, pp. 26–36. (In Russ., abstr. in Engl.).

9. Lebedeva N.M., Tatarko A.N. Tsennosti kul'tury i razvitie obshchestva [Cultural values and society development.]. Moscow: GU-VSHE, 2007. 527 p.

10. Nartova-Bochaver S.K. Connection between the psychological sovereignty and social beliefs: personal boundaries in the social world. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2017. Vol. 8, no. 3, pp. 100–114. (In Russ., abstr. in Engl.). doi: 10.17759/sps.2017080308.

11. Pavlova, O.S. Tsennostnye orientatsii chechentsev i ingushei: istochniki i determinant [The value orientation of the Chechens and Ingush: the sources and determinants]. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya [Cultural-Historical Psychology]*, 2012. Vol. 8, no. 2, pp. 78–87. (In Russ., abstr. in Engl.).

12. Sergienko E.A., Khlevnaya E.A., Vetrova I.I., Nikitina A.A. Test emotsional'nogo intellekta – russkoyazychnaya metodika [Emotional intelligence test – the Russian-language version]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2019. Vol. 10, no. 3, pp. 177–192. (In Engl., abstr. in Russ.). doi:10.17759/sps.2019100311.

13. Tatarko A. N., Lebedeva N. M. Metody etnicheskoj i krosskul'turnoi psikhologii [Methods of ethnic and cross-cultural psychology]. Moscow: NIU-VSHE, 2011. 260 p. doi: 10.17323/978-5-7598-0867-1.

14. Shestopal E.B. Osobennosti ispol'zovaniya psikhologicheskikh metodov dlya izucheniya politicheskogo vospriyatiya [Specifics of using psychological methods to study political perception]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2018. Vol. 8, no. 3, pp. 81–90. (In Russ., abstr. in Engl.). doi:10.17759/sps.2018090309

15. Em M.-A., Dani L., Dvoryanchikov N.V., Bovina I.B. Kak deti ponimayut zdorov'e i bolezni: razmyshleniya s tochki zreniya teorii sotsial'nykh predstavlenii [How children understand health and illness: reflections from the point of view of the theory of social representations]. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya [Cultural-Historical Psychology]*, 2018. Vol. 14, no.1, pp. 15–22. (In Russ., abstr. in Engl.) doi:10.17759/chp.2018140102

16. Bar-Tal D. The Conception of Group Beliefs. In: Group Beliefs. Springer Series in Social Psychology. Springer, New York, NY, 1990, pp. 35–46. doi: 10.1007/978-1-4612-3298-8\_4

17. Bem D.J. Beliefs, attitudes, and human affairs. Belmont, CA: Brooks/Cole Pub. Co, 1970. 144 p.

18. Bond M.H., Leung K., et al. Culture-level dimensions of social axioms and their correlations across 41 cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2004, no. 5 (35), pp. 548–570.

25. Rokeach, M. The nature of human values. Glencoe, IL: Free Press, 1973. 438 p.
26. Schwartz S.H. Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values // Individualism and collectivism: Theory, method, and applications / U. Kim, H.C. Triandis, C. Kagitcibasi, S.-C. Choi, G. Yoon (Eds.). Thousand Oaks, CA: Sage, 1994. P. 85–119.
27. Schwartz S.H. Are there universal aspects in the content and structure of values? // Journal of Social Issues. 1994. № 4 (50). P. 19–45. doi: 10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x
28. Schwartz S.H., Caprara G.V., Vecchione M. Basic personal values, core political values and voting: A longitudinal analysis // Political Psychology. 2010. № 3 (31). P. 421–452. doi: 10.1111/j.1467-9221.2010.00764
19. Ip G.W. M., Bond M.H. Culture, values, and the spontaneous self-concept. *Asian Journal of Psychology*, 1995, no. 1, pp. 30–36.
20. Leung K. Some determinants of reactions to procedural models of conflict resolution: A cross-national study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1987, no. 53, pp. 898–908. doi: 10.1037/0022-3514.53.5.898.
21. Leung K., Bond M.H. Social axioms: A model for social beliefs in multicultural perspective. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2004, no. 36, pp. 119–142. doi: 10.1016/S0065-2601(04)36003-X.
22. Leung K., Bond M.H., Reimel de Carrasquel S., Muñoz C., Hernández M., Murakami F., Yamaguchi S., Bierbrauer G., Singelis T.M. Social axioms: The search for universal dimensions of general beliefs about how the world functions. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2002, no. 33, pp. 286–302. doi: 10.1177/0022022102033003005.
23. Leung K., Bond M.H., Schwartz S.H. How to explain cross-cultural differences: Values, valences, and expectancies? *Asian Journal of Psychology*, 1995, no. 1, pp. 70–75.
24. Magun V., Rudnev M. Basic Values of Russians and Other Europeans. *Problems of Economic Transition*, 2012, Vol. 54, no. 10, pp. 31–64.
25. Rokeach M. The nature of human values. Glencoe, IL: Free Press, 1973. 438 p.
26. Schwartz S.H. Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values. In Kim U., Triandis H.C., Kagitcibasi C., Choi S.-C., Yoon G. (Eds.). *Individualism and collectivism: Theory, method, and applications*. Thousand Oaks, CA: Sage. 1994, pp. 85–119.
27. Schwartz S.H. Are there universal aspects in the content and structure of values? *Journal of Social Issues*, 1994. Vol. 50, no. 4, pp. 19–45. doi: 10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x.
28. Schwartz S.H., Caprara G.V., Vecchione M. Basic personal values, core political values and voting: A longitudinal analysis. *Political Psychology*, 2010. Vol. 31, no. 3, pp. 421–452. doi: 10.1111/j.1467-9221.2010.00764.x.

#### **Информация об авторах**

*Татарко Александр Николаевич*, доктор психологических наук, главный научный сотрудник Центра социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ); сотрудник, Институт психологии Российской академии наук (ФГБУ ИП РАН), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7557-9107>, e-mail: [tatarko@yandex.ru](mailto:tatarko@yandex.ru)

*Лебедева Надежда Михайловна*, доктор психологических наук, директор Центра социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ); сотрудник, Институт психологии Российской академии наук (ФГБУ ИП РАН), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2046-4529>, e-mail: [lebedhope@yandex.ru](mailto:lebedhope@yandex.ru)

#### **Information about the authors**

*Tatarko Alexander*, Doctor of Psychology, Chief Researcher, Center for Socio-Cultural Research, National Research University Higher School of Economics; Employee of the Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7557-9107>, e-mail: [tatarko@yandex.ru](mailto:tatarko@yandex.ru)

*Lebedeva Nadezhda*, Doctor of Psychology, Professor, Director of the Center for Socio-Cultural Research, National Research University Higher School of Economics; Employee of the Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2046-4529>, e-mail: [lebedhope@yandex.ru](mailto:lebedhope@yandex.ru)

Получена 15.02.2020  
Принята в печать 03.03.2020

Received 15.02.2020  
Accepted 03.03.2020