

including roughly equal presentation of online survey, computer-assisted personal interview, telephone, and paper-and-pencil interviews. At the same time, Ukrainian research practices demonstrate evident prevalence of paper-and-pencil interviews and in-depth interviews. Additionally, mixing and combining research methods and modes are a very common practice. More than a half of the published presentations of ESRA 2015 were made on studies that used several methods of data collection.

In general, the analysis showed that the study of methodological aspects of combining methods, in particular the latest "digital" data and the data collected by traditional sociological methods are very urgent tasks for the near future due to the growing popularity of this promising direction of methodological sociology.

Keywords: new non-pollsurvey methods, multi-method researches, "Big Data", comparative analysis, data integration.

Матеріал надійшов 22.05.2017

УДК [316.752:303.622.33](477)

Нагорняк К. М.

УТОЧНЕНА ТЕОРІЯ БАЗОВИХ ЦІННОСТЕЙ Ш. ШВАРЦА: ПОПЕРЕДНІ РЕЗУЛЬТАТИ АДАПТАЦІЇ МЕТОДИКИ PVQ-57 В УКРАЇНІ

У статті представлено результати пілотажного дослідження уточненої методики базових індивідуальних цінностей, запропонованої Шаломом Шварцем, яка має більші можливості деталізації і оцінки цінностей людини в порівнянні з попередньою версією його теорії. У сучасній версії моделі виділено 19 цінностей, які розміщуються на мотиваційному континуумі (колі) за принципом: сусідні цінності є найбільш сумісними, протилежні – перебувають у конфлікті одна з одною.

У ході пілотажного дослідження (онлайн-опитування) було отримано відповіді 960 респондентів. Факторний аналіз дав змогу оцінити, наскільки індикатори кожної з 19 цінностей мали релевантний переклад з англійської версії методики. За результатами пілотажу було сформульовано рекомендації щодо подальших кроків удосконалення української версії методики PVQ-57.

Ключові слова: базові індивідуальні цінності, шкала цінностей, мотиваційний континуум цінностей, структура цінностей, факторний аналіз, PVQ-57.

Дослідження базових життєвих цінностей у декількох сучасних крос-культурних дослідженнях (WVS, ESS, EVS) проводяться з використанням методики «Ціннісний портрет», розробленої Ш. Шварцем. Згідно з його теорією, існує десять спільних для різних країн та культур базових цінностей (мотиваційно-ціннісних типів), які утворюють коло в площині двох факторів [6]. Останнім часом Ш. Шварц здійснив спробу подальшого

розвитку своєї теорії і поліпшення вимірювальних властивостей шкали цінностей. Уточнена методика PVQ-57 складається з більшої кількості індикаторів, ніж попередня версія, і дає змогу вимірювати вже 19 цінностей, розділяючи мотиваційний континуум на більш детальні змістові і концептуально відмінні між собою цінності [5].

Важливою методичною проблемою крос-культурних порівняльних досліджень цінностей

є коректний переклад запитань, які входять до дослідницького інструменту [2]. Наприклад, незважаючи на ретельність процедури адаптації скороченої версії методики PVQ-21 в рамках «Європейського соціального дослідження», дослідницька команда постійно вимушена вносити корективи щодо формулювання питань шкали через проблему відсутності її інваріантності, що унеможливило коректне порівняння досліджуваних країн [4].

Методика PVQ-57 була перевірена на даних 10 країн (Фінляндії, Німеччини, Ізраїлю, Італії, Нової Зеландії, Польщі, Португалії, Швейцарії, Туреччини та США) в межах дослідження, проведеного в 2010 році з вибіркою 2150 дорослих та 3909 студентів університетів, які заповнювали опитувальники рідною мовою. У межах дослідження респонденти проходили опитування онлайн або письмово [5]. Результати конфірматорного факторного аналізу та багатовимірного шкалювання показали, що новий набір із 19 цінностей утворює мотиваційний континуум саме в тому вигляді, в якому це передбачалось уточненою теорією Ш. Шварца. Також на основі двох об'єднаних вибірок (із використанням 6- та 11-бальної шкали відповідей) було доведено, що 19 цінностей дають змогу відображати десять вихідних мотиваційно-ціннісних типів.

Адаптацію PVQ-57 провели також російські дослідники у 2012 році на вибірці у 506 респондентів (164 дорослих та 342 студенти), більшість яких становили жінки (59 %). Результати дослідження також підтвердили, що уточнена методика Ш. Шварца працює і на російських даних, зокрема, порядок цінностей у мотиваційному колі відповідає теорії цінностей [1].

Проте варто зазначити, що в обох випадках (на прикладі дослідження 10 країн та Росії) дослідникам довелося модифікувати модель набору цінностей та для підтвердження її відповідності теоретичній моделі не включати ті твердження, які погано спрацювали (наприклад, у порівняльному дослідженні 10 країн не включено до повторного аналізу 9 тверджень, у Росії – 4 твердження).

Важливо зазначити, що, відповідно до теорії Шварца, цінності, розміщені в мотиваційний континуум, не є дискретними, а радше пов'язаними нерозривними цінностями, що утворюють єдину структуру. Отже, зберігаючи нерозривність структури мотиваційного кола, цінності можна об'єднувати в ширші або вужчі ціннісні конструкти [3].

Мета статті полягає в представленні результатів пілотажного дослідження розробленої мною української версії методики PVQ-57 на вибірці з 960 респондентів і формулюванні рекомендацій щодо подальших спроб її адаптації.

Методологія дослідження. Вибірка респондентів формувалася методом «снігової кулі»: посилання на опитування було розміщено в соціальній мережі Фейсбук і зацікавлені респонденти мали можливість перейти до сторінки проекту та поширювати запрошення взяти участь у тестуванні на своїх особистих сторінках у соціальній мережі. Також посилання поширювалось електронною поштою серед знайомих та друзів дослідників.

Група респондентів виявилася доволі специфічною: це були, передусім, соціологи, психологи, маркетологи, програмісти, люди бізнес-середовища, зокрема колишні студенти НаУКМА. Аналіз зібраних даних проводився з використанням програмного середовища для статистичних обчислень R (версія 3.3.2).

Результати

Характеристика вибірки. У ході пілотажного дослідження було опитано 960 респондентів (229 чоловіків та 731 жінка), середній вік яких становив 34 роки (стандартне відхилення 11). В опитуванні взяли участь респонденти віком від 46 до 55 років і старші. Розподіл за віком нагадує дзвін, симетричний відносно центру, середнє арифметичне (34 роки) практично збігається з медіаною (33). Кожен третій респондент належить до вікової категорії 26–35 років (31 % чоловіків, 34 % жінок), кожен четвертий – до категорії молоді 17–25 років (23 % чоловіків, 25 % жінок). Віковий розподіл серед чоловіків та жінок майже збігається (див. рис.).

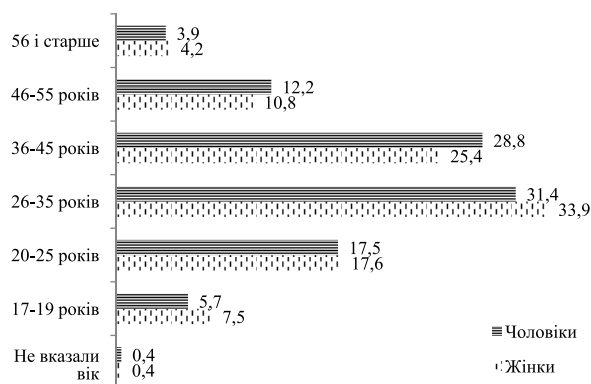


Рисунок. Віковий розподіл серед чоловіків та жінок, %

Шкала містила шість варіантів відповіді, де 1 – «дуже не схожа на мене», 6 – «дуже схожа на мене», але більшість респондентів зосереджувалися на варіантах відповідей вузького діапазону (наприклад, 5 – «схожа на мене», 4 – «скоріше схожа на мене», 3 – «скоріше не схожа на мене»).

Аналіз розподілу відповідей на питання показав, що загалом респонденти сприймали всі запитання в позитивній конотації, тобто обирали варіанти «дуже схожа», «схожа на мене» чи «скоріше схожа». У більшості випадків відповіді респондентів зосереджувалися навколо середньої шкали або на її «позитивному» полюсі («схожа на мене», «дуже схожа на мене»). Це може свідчити про те, що респонденти оцінювали всі запропоновані твердження як такі, що відповідають їхнім уявленням про себе. Утім, є підозра, що запитання сприймалися як соціально бажані, тому не було жодного твердження, з яким би респонденти не були згодні, за винятком індикатора конформності: «Вона вірить, що слід чинити так, як говорять люди, наділені владою», з яким респонденти за середніми оцінками (2 – «не схожа на мене») не були згодні. Проте це твердження також можна віднести до групи соціально бажаних.

Структура базових цінностей. З метою дослідження структури методики Ш. Шварца було проведено експлораторний факторний аналіз зібраного масиву даних. Оскільки перевірки підлягала відома теоретична модель, то в ході аналізу замовлялося виділення 19 факторів (метод екстракції – мінімальних залишків, метод обертання промакс).

Розглянемо окремо кожен групу 19 базових цінностей з 57 твердженнями. Кожна цінність в оригінальній методиці вимірюється трьома індикаторами. У ході аналізу важливо було оцінити, наскільки формулювання, що описують конкретну цінність, корелюють між собою, яку факторну структуру утворюють та чи існує негативна кореляція між цінностями, які, виходячи з теорії Шварца, є протилежними або перебувають у конфлікті одна з одною.

1. Самостійність-Думки

Концептуальне значення цінності «Самостійність-Думки» з точки зору мотивації стосується свободи людини в розвитку власних ідей та здібностей. Кореляційний зв'язок (Спірмена) між запитаннями не є високим, проте статистично значущим (на рівні 0,3–0,4, $p < 0,01$), що може свідчити про те, що три твердження вимірюють не одну й ту саму цінність. Наприклад, твердження «Для неї важливо постійно вивчати щось нове для себе та розвивати власні здібності» має позитивний зв'язок на рівні 0,5 ($p < 0,01$) з формулюваннями, які вимірюють цінність «Стимуляція» (Для неї важливо постійно знаходити все нові і нові заняття для себе) та «Досягнення» (Для неї важливо ставити перед собою складні цілі та перемагати).

Згідно з результатами факторного аналізу, це твердження потрапляло в один фактор із твердженнями цінностей «Стимуляція» та «Досягнення». Отже, переклад потребує уточнення формулювань, які б за змістом не були близькими до тверджень, які вимірюють прагнення людини до нових вражень і особистого успіху.

2. Самостійність-Дії

Цінність «Самостійність у діях» стосується свободи людини визначати свої власні дії. Кореляційний зв'язок (Спірмена) між запитаннями становить 0,6–0,7 ($p < 0,01$), що свідчить про дуже тісний зв'язок між запитаннями одного конструкта. Всі три твердження навантажуються на один «чистий» фактор, що свідчить про те, що твердження вдало спрацювали і вимірюють одну й ту саму цінність.

3. Стимуляція

Характеристиками цінності «Стимуляція» є прагнення до нових вражень, змін, активностей. Сила зв'язку тверджень перебуває на середньому рівні 0,3–0,4 ($p < 0,01$). Як зазначалося вище, пункт «Для неї важливо постійно знаходити все нові і нові заняття для себе» має кореляційний зв'язок з індикатором цінності «Самостійність-Думки» (0,5, $p < 0,01$). Також існує зв'язок з індикатором цінності «Досягнення» (0,4, $p < 0,01$): «Для неї важливо ставити перед собою складні цілі та перемагати».

Зважаючи на те, що твердження цінності «Стимуляція» суміжні за змістом з «Гедонізмом», твердження було змінено таким чином, щоб вони найкраще описували прагнення людини до нових вражень, змін, хвилюючих моментів, проте не стосувалися гедоністичних прагнень людини до задоволення своїх бажань.

4. Гедонізм

Цінність «Гедонізм» стосується бажання та прагнення людини до отримання насолоди та чуттєвого задоволення. З перекладом цих тверджень виникло найбільше труднощів, оскільки семантичне навантаження слів «задоволення», «насолода», «чуттєве задоволення» є дуже невизначеним і кожен із респондентів може розуміти їхнє значення по-різному. Наприклад, переклад формулювання «Для неї важливо повеселитися і гарно провести час» може мати різне значення: для когось «повеселитися і провести час» означає «розслабитися та гарно провести вільний час», а для когось «отримати якомога більше задоволення від проведеного часу (не обов'язково вільного)». Перший та другий варіанти можуть оцінювати різні аспекти «розваг».

Кореляція між пунктами становить 0,3–0,7 ($p < 0,01$), де найтісніший зв'язок простежується

між першим та третім індикаторами конструкта, середній зв'язок з усіма пунктами – другого формулювання: «Для неї важливо отримувати чуттєві задоволення»⁹. Словосполучення «чуттєві задоволення», припускається, респонденти можуть розуміти по-різному.

Враховуючи також те, що наведене твердження потрапляє в один фактор із твердженням цінності «Стимуляції» «Для неї важливо мати в житті хвилюючі моменти», його було змінено таким чином, щоб твердження стосувалося прагнення людини до задоволення своїх потреб: «Для неї важливо отримувати насолоду від життя».

5. Досягнення

Цінність «Досягнення» – це прагнення людини до особистого успіху з демонстрацією своєї компетентності відповідно до соціальних стандартів. Кореляційний зв'язок індикаторів цієї цінності перебуває на рівні 0,2–0,5 ($p < 0,01$). Слабкий та середній зв'язок (на рівні 0,2–0,3 відповідно) спостерігається між твердженням «Для неї важливо ставити перед собою складні цілі та перемагати»¹⁰ з іншими двома, які мають сильний зв'язок на рівні 0,5 ($p < 0,01$) з твердженням «Для неї важливо постійно вивчати щось нове для себе та розвивати власні здібності» (цінність «Самостійність-Думки»).

Як і зазначалося вище, перше твердження цінності потрапляє в один фактор із твердженням «Для неї важливо постійно вивчати щось нове для себе та розвивати власні здібності» (цінність «Самостійність-Думки») та «Для неї важливо постійно знаходити все нові і нові заняття для себе» (цінність «Стимуляція»). Група тверджень утворює фактор, який стосується прагнення людини до нових знань та розвитку здібностей, проте формулювання мають за змістом оцінювати відмінні один від одного аспекти.

Два інших твердження потрапили в окремий фактор, на який навантажуються окремі твердження одночасно трьох цінностей: «Досягнення», «Влада-Ресурси» та «Влада-Домінування». Якщо брати до уваги факторні навантаження, які починаються також з 0,5 включно, то всі твердження цих цінностей утворюють один фактор.

Таке об'єднання тверджень в один фактор може свідчити про те, що респонденти сприймають прагнення до особистого успіху та до влади через контроль за матеріальними

ресурсами або людьми як щось невіддільне. Це можна пояснити тим, що в українському суспільстві успішність може асоціюватися з прагненням досягати та бути при владі (не тільки політичній, а й професійній).

6. Влада-Ресурси

Цінність «Влада-Ресурси» – це прагнення людини до влади через контроль за матеріальними та соціальними ресурсами. Кореляційний зв'язок між усіма формулюваннями є сильним (на рівні 0,5–0,6, $p < 0,01$). Твердження утворюють окремий фактор, проте формулювання мають сильне навантаження (на рівні 0,7) на фактор групи цінностей «Досягнення», «Влада-Ресурси» та «Влада-Домінування».

7. Влада-Домінування

Цінність «Влада-Домінування» стосується прагнення людини мати контроль над людьми. За результатами пілотажного дослідження, респонденти не ототожнюють себе з людиною, яка має в пріоритеті цінність влади над людьми (середні оцінки на рівні 3–4 балів). Зв'язок між формулюваннями тісний (на рівні 0,4–0,6, $p < 0,01$). Твердження «Для неї важливо бути найвпливовішою людиною в будь-якій компанії/колективі» має статистично значущий зв'язок із твердженнями, які вимірюють цінність «Досягнення»: «Для неї важливо бути успішнішою за інших» (0,5) та «Для неї важливо, щоб інші захоплювалися її досягненнями» (0,4). Ці дві цінності належать до вищого порядку цінностей «Самоствердження» (див. рис.), проте потребували доопрацювання в перекладі.

Цінність «Влада-Домінування» утворює фактор разом із твердженнями «Досягнення» та «Влада-Ресурси»: «Для неї важливо мати високий статус і владу у суспільстві» (цінність «Влада-Ресурси»); «Для неї важливо бути успішнішою за інших» (цінність «Досягнення»). Тому твердження було сформульовано таким чином, щоб вони чітко стосувалися прагнення до влади через контроль над людьми.

8. Репутація

Цінність безпеки та влади через підтримку свого публічного іміджу та прагнення уникати приниження з боку інших вимірюється твердженнями, які стосуються важливості репутації особистості та формування іміджу в очах інших. Зв'язок між твердженнями перебуває на середньому рівні (0,2–0,3, $p < 0,01$).

Твердження «Для неї важливо, щоб інші ставилися до неї шанобливо і поважали її гідність» також має кореляційний середній зв'язок з індикаторами цінності «Досягнення» (на рівні 0,3, $p < 0,01$): «Для неї важливо бути

⁹ В англійському варіанті це формулювання звучить як «Enjoying life's pleasures is important to him».

¹⁰ Англійська версія перекладу «He thinks it is important to be ambitious».

успішнішою за інших» та «Для неї важливо, щоб інші захоплювалися її досягненнями». Це можна пояснити тим, що в уявленні респондентів репутація людини (шанобливе ставлення в суспільстві) може бути пов'язана з досягненнями та успішними справами людини. Ці твердження за результатами факторного аналізу погано спрацювали і не утворюють жодного фактора. Це означає, що ці твердження потребують пильнішої уваги та доопрацювання.

9. Особиста безпека

Прагнення бути в безпеці у власному оточенні (особиста безпека) є однією з цінностей, які на мотиваційному континуумі належать до групи цінностей під назвою «Збереження». Зв'язок між твердженнями є високим і перебуває на рівні 0,6 ($p < 0,01$). Індикатори цієї цінності утворюють один фактор, на який не навантажуються інші твердження. Пункт «Для неї важливо жити в безпечному місці» корелює з твердженням, яке вимірює цінність «Соціальна безпека»: «Для неї важливо, щоб у суспільстві була стабільність і порядок» ($r = 0,5$, $p < 0,01$) та цінність «Конформізм-Правила» «Для неї важливо бути законослухняною» ($r = 0,4$, $p < 0,01$). Отже, твердження потребують уточнення щодо особистої безпеки, адже в респондентів вони можуть асоціюватися з більш глобальною безпекою (наприклад, у межах країни).

10. Соціальна безпека

Ця цінність стосується прагнення людини бути в безпеці в суспільстві в цілому. Зв'язок між твердженнями становить 0,3–0,6 ($p < 0,01$). Середній зв'язок на рівні 0,3 спостерігається між твердженнями «Для неї важливо, щоб її країна могла захистити себе від будь-яких загроз» та «Для неї важливо, щоб у суспільстві були стабільність і порядок». Середній зв'язок між попередніми твердженнями цінності соціальної безпеки можна пояснити тим, що респонденти можуть розуміти ці твердження як такі, що стосуються різних аспектів безпеки, розділяючи її на особисту та соціальну. Отже, формулювання «Для неї важливо жити в безпечному місці» потребує додаткового уточнення. Група тверджень цінності «Соціальна безпека» утворює окремих фактор, на який не навантажуються інші твердження.

11. Традиція

Цінність «Традиція» пов'язана з важливістю підтримки та збереження культурних, сімейних або релігійних традицій людини. Зв'язок між індикаторами цінності «Традиція» є тісним: $r = 0,6–0,7$ ($p < 0,01$). Формулювання «Для неї важливо підтримувати традиційні цінності

і погляди» на рівні 0,4 ($p < 0,01$) корелює з твердженням цінності «Конформізм-Правила»: «Для неї важливо бути законослухняною»; формулювання «Для неї мають велике значення традиції своєї культури» – з твердженням цінності «Соціальна безпека»: «Для неї важливо, щоб держава була сильною і могла захистити своїх громадян» (0,4, $p < 0,01$). Наведені цінності перебувають поруч на мотиваційному континуумі, об'єднуючись під назвою цінностей «Збереження».

Індикатори цінності утворюють окремих фактор, проте одночасно перші два твердження навантажуються на фактор, який містить формулювання «Для неї важливо дотримуватись правил, навіть якщо ніхто цього не бачить» та «Для неї важливо бути законослухняною» (цінність «Конформізм-Правила»). Це може бути пов'язано з тим, що в респондентів конформізм та дотримання традиційних ритуалів викликають спільні асоціації з дотриманням правил та законослухняністю.

12. Конформізм-Правила

Дотримання правил, законів та моральних зобов'язань також може бути цінністю для людини, яка дотримується правил, вірить, що слід чинити так, як говорять люди, наділені владою, для неї важливо бути законослухняною. Кореляційний аналіз показав, що зв'язок між твердженнями цінності не є сильним (на рівні 0,2–0,4, $p < 0,01$). Найслабший зв'язок спостерігається між твердженням «Вона вірить, що слід чинити так, як говорять люди, наділені владою» та іншими двома твердженнями (на рівні 0,2, $p < 0,01$).

Формулювання «Для неї важливо бути законослухняною» корелює на рівні 0,4 ($p < 0,01$) із запитаннями цінності «Безпека» (особиста та соціальна відповідно): «Для неї важливо жити в безпечному місці», «Для неї важливо, щоб у суспільстві були стабільність і порядок».

Перше твердження не навантажуються на жоден із факторів та не утворює групу цінності «Конформізм-Правила». Це пояснюється тим, що в середньому респонденти радше не погоджуються з цим твердженням. Також цей індикатор має слабкий зв'язок з іншими двома твердженнями, що свідчить про можливе нерозуміння або неприйняття такого формулювання як можливого пріоритету. Для того щоб твердження краще працювало в групі інших двох тверджень та стосувалося цінності «Конформізм-Правила», його треба змінити таким чином, щоб відповідь респондентів не була соціально бажаною.

13. Міжособистісний конформізм

Ця цінність виявляє себе в прагненні людини уникати образ або заподіяння шкоди іншим. Для

таких людей важливо не засмучувати інших своїми думками чи поведінкою, не дратувати (набридати) іншим, бути тактовними з ними. Кореляційний зв'язок між твердженнями цінності становить $r = 0,4-0,5$ ($p < 0,01$). Твердження «Для неї важливо ніколи не дратувати інших» корелює з цінністю «Скромність»: «Для неї важливо бути скромною» ($0,4$, $p < 0,01$); твердження «Вона завжди намагається бути тактовною до людей і уникати невдоволення інших» – з цінністю «Турбота про інших»: «Для неї важливо, щоб до всіх ставилися справедливо, навіть до незнайомих їй людей» ($r = 0,4$, $p < 0,01$). Індикатори цієї цінності утворюють окремий фактор та мають сильний кореляційний зв'язок між собою, тому після тестування вони не зазнали змін. Виняток становить лише друге твердження, яке має бути оновлено.

14. Скромність

Цінність «Скромність» стосується прагнення людини бути вибагливою до себе порівняно з іншими, визнання себе скромною людиною: не привертати до себе уваги, вдовольнятися тим, що є, і не просити більшого. Твердження між собою мають кореляційний зв'язок на рівні $r = 0,3-0,4$ ($p < 0,01$). Твердження також утворюють окремий фактор, проте третє твердження має слабкий кореляційний зв'язок із двома іншими твердженнями та навантаження на фактор на рівні $0,5$. Третє твердження пропонується змінити таким чином, щоб формулювання звучало менш соціально бажано та респонденти не відповідали на нього однозначно (для третього твердження середня оцінка була на рівні $2,9$).

15. Доброзичливість-Надійність

Людину, яка в пріоритеті має цю цінність, можна назвати такою, на яку можна покластися. Зв'язок між твердженнями перебуває на рівні $r = 0,2-0,4$ ($p < 0,01$). Твердження «Для неї важливо бути відданою близьким і рідним» тісно корелює (на рівні $0,6$, $p < 0,01$) з формулюваннями цінності «Доброзичливість-Турбота», яку буде розглянуто наступною.

Перше та друге твердження навантажуються на один фактор із твердженнями цінності «Доброзичливість-Турбота», тому потребує уточнення таким чином, щоб не асоціювалося в респондентів з турботою про інших.

Також друге та третє твердження утворюють окремий фактор, на який не навантажуються інші твердження і який ближчий за змістом до цінності «Доброзичливість-Надійність».

16. Доброзичливість-Турбота

Ця цінність стосується прагнення до благополуччя близьких, із її формулюваннями респонденти в середньому погоджуються

(5 – «схожа на мене»). Кореляційний зв'язок між твердженнями є сильним (на рівні $0,6-0,7$, $p < 0,01$). Також ці твердження мають тісний зв'язок із запитаннями попередньої цінності, що формує об'єднуючу структуру однієї цінності «Доброзичливість». Індикатори цінності утворюють окремий фактор та мають сильний кореляційний зв'язок між собою, тому не вимагають значних змін.

17. Універсалізм-Турбота про інших

Цінність виявляє себе в прагненні людини до рівності, справедливості та захисту інших людей. Зв'язок між твердженнями є сильним на рівні $r = 0,4-0,5$ ($p < 0,01$). Індикатори утворюють окремий фактор та після тестування не зазнали значних змін.

18. Універсалізм-Турбота про природу

Цінність стосується прагнення людини до збереження навколишнього середовища. Кореляційний зв'язок між твердженнями є тісним та перебуває на рівні $r = 0,6-0,7$ ($p < 0,01$). Твердження утворюють окремий фактор та мають сильний кореляційний зв'язок між собою, тому після тестування не зазнали значних змін.

19. Універсалізм-Толерантність

Цінність стосується прийняття та розуміння людей, які відрізняються за індивідуальними особливостями. З цим твердженням у середньому радше погоджуються респонденти (середні оцінки: 4 – «скоріше схожа на мене» та 5 – «схожа на мене»). Зв'язок між твердженнями перебуває на рівні $r = 0,3-0,5$ ($p < 0,01$). Твердження утворюють окремий фактор та після тестування не зазнали значних змін.

Якщо розглядати кореляційний зв'язок між факторами, варто зазначити, що найсильніший позитивний зв'язок ($0,6$, $p < 0,01$) встановлено між фактором 4 та 14, на які навантажуються твердження, що вимірюють цінності «Традиція» та «Конформізм-Правила» відповідно. Це свідчить про те, що для респондентів зі збільшенням на один пункт важливості підтримки та збереження культурних, сімейних та релігійних традицій збільшується важливість дотримуватися правил, законів та моральних зобов'язань (і навпаки – зі збільшенням важливості цінності «Конформізм-Правила» збільшується цінність «Традиція»).

Нижче подано пари цінностей, між якими встановлено позитивний сильний зв'язок на рівні $0,5$ та більше ($p < 0,01$) та на які не навантажуються одні й ті самі твердження (див. табл.). Це дало змогу порівняти, наскільки цінності відтворюються в структурі мотиваційного континуума 19 цінностей.

Таблиця. Зв'язки між факторами цінностей

Зв'язок між факторами	Опис зв'язку
Фактор 2 є поєднанням двох цінностей «Доброзичливість – Надійність» та «Доброзичливість – Турбота» ↔ Фактор 4 «Традиція» (сила зв'язку на рівні 0,5)	Три цінності перебувають у протилежних частинах мотиваційного континуума, проте в нашому випадку прагнення до благополуччя близьких, бажання бути людиною, на яку можна покласти, та наслідування традиції для респондентів є пов'язаними цінностями. Зі зростанням важливості однієї з них зростає важливість іншої.
Фактор 4 «Традиція» ↔ Фактор 8 «Міжособистісний конформізм» (0,5)	Важливість дотримуватися традицій пов'язана з прагненням уникати образи з боку інших, заподіяння шкоди іншим, що об'єднується відповідно до мотиваційного кола під назвою «Збереження».
Фактор 5 «Універсалізм – Турбота про природу» ↔ Фактор 7 «Універсалізм – Турбота про інших» (0,5)	Турбота про інших поєднана з екологічною свідомістю респондентів (прагненням до збереження навколишнього середовища), що свідчить про те, що турбота про когось і природу є пов'язаними цінностями для респондентів.
Фактор 7 «Універсалізм – Турбота про інших» ↔ Фактор 8 «Міжособистісний конформізм» (0,5)	Міжособистісний конформізм також поєднаний з турботою про інших, що свідчить про те, що респонденти під турботою про інших розуміють також небажання когось образити.
Фактор 7 «Універсалізм – Турбота про інших» ↔ Фактор 13 «Репутація» та «Доброзичливість – Надійність» (0,5)	Три цінності перебувають у різних сегментах мотиваційного кола та свідчать про те, що для респондентів турбота про інших, надійність (людина, на яку можна покласти) та репутація є пов'язаними цінностями, в окремих випадках можуть бути важливими в такому поєднанні.
Фактор 8 «Міжособистісний конформізм» ↔ Фактор 14 «Конформізм – Правила» (0,5)	Цінність «Конформізм» об'єднує два аспекти – міжособистісного конформізму та дотримання правил групи. У нашому випадку ці дві цінності поєднані кореляційним позитивним зв'язком на рівні 0,5.

Середній негативний кореляційний зв'язок (на рівні -0,4, $p < 0,01$) спостерігається між факторами 16 «Самостійність-Думки» з фактором 4 «Традиція» та 6 «Особиста безпека». На рівні -0,4 ($p < 0,01$) – між факторами 17 «Скромність» із факторами 11 «Влада-Ресурси» та фактором 12 (об'єднання тверджень, що вимірюють цінності «Самостійність-Думки», «Стимуляція» та «Досягнення» (на рівні -0,3)).

Отже, що вище в респондентів перевага мати свободу в розвитку власних ідей та здібностей, то нижче цінність дотримання традицій та прагнення опікуватися особистою безпекою; та навпаки: що вище пріоритет підтримки традиційних цінностей та особистої безпеки, то менше цінування свободи в розвитку здібностей, ідей, самостійного прийняття рішення щодо власного розвитку. Ці цінності на мотиваційному континуумі перебувають у протилежних частинах кола, що свідчить про їхню оберненість.

Проте наступна трійка факторів, між якими спостерігається також середній негативний кореляційний зв'язок (-0,4 та -0,3 відповідно), містяться на мотиваційному континуумі поруч і теоретично повинні мати позитивний зв'язок, проте, відповідно до зібраних даних, що вища цінність влади через володіння матеріальними ресурсами, то менша пріоритетність цінностей «Досягнення», «Стимуляція», «Самостійність думки»; та навпаки: що вищий пріоритет наведених цінностей, то менше прагнення до влади через контроль за матеріальними та соціальними ресурсами.

Окремої уваги потребує зв'язок між фактором 17 «Скромність» та фактором 16 «Самостійність-Думки» (середній негативний зв'язок на рівні -0,4, $p < 0,01$). Це означає таке: що вище людина цінує невибагливість до себе в порівнянні з іншими, то нижчою є цінність самостійності та свободи розвитку власних здібностей та ідей; та навпаки: що вищою є свобода та прагнення розвивати власні ідеї, то менший пріоритет та важливість бути скромним у порівнянні з іншими.

Висновки

За результатами проведеного аналізу можна зробити висновок, що методика Шварца, зокрема структура цінностей, не відтворюється повною мірою на отриманих даних. «Чистих» факторів, на які навантажуються теоретично визначені твердження однієї цінності (навантаження більше за 0,6), виявлено лише вісім: «Самостійність-Дія», «Традиція», «Універсалізм-Турбота про природу», «Особиста безпека», «Універсалізм-Турбота про інших», «Міжособистісний конформізм», «Соціальна безпека», «Влада-Ресурси». На це є декілька причин, які в наступному етапі тестування методики будуть враховані:

1. З отриманих даних можна зробити попереднє припущення про те, що переклад деяких пунктів методики Шварца з англійської на українську мову не врахував культурні або мовні особливості українських респондентів, тому потребує подальшого

- доопрацювання. Наприклад, респонденти по-різному розуміють такі твердження, як «Для неї важливо отримувати чуттєві задоволення», «Для неї важливо спробувати все у своєму житті» та ін.
2. Перевірка відтворюваності структури окремо в кожній віковій і статевій групі дає змогу детальніше виокремити твердження, які «не спрацювали» в межах методики Шварца або формують декілька факторів, для подальшого їх удосконалення.
 3. Оскільки отримані дані мають перебік у бік жінок (731 жінка та 229 чоловіків) та вікової групи 26–35 років (320 респондентів),

то в подальшому зборі даних потрібно ретельніше контролювати наповнюваність гендерних та вікових груп.

4. Важливо зазначити, що більшість опитаних респондентів становлять соціальну категорію соціологів, психологів, маркетологів та науковців різних спеціальностей, на відповіді яких міг впливати їхній особистий (у деяких випадках науковий) досвід роботи з подібними методиками (припускається, що респонденти більше звертали увагу не на зміст тверджень, а на те, що саме вони можуть чи повинні вимірювати).

Список літератури

1. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России / Ш. Шварц, Т. П. Бутенко, Д. С. Седова, А. С. Липатова // Психология : журнал Высшей школы экономики. – 2012. – Т. 9, № 2. – С. 43–70.
2. Ariely G. Can we Rate Public Support for Democracy in a Comparable Way? Cross-National Equivalence of Democratic Attitudes in the World Value Survey / G. Ariely, E. Davidov // Social Indicators Research. – 2011. – Vol. 104 (2). – P. 271–286.
3. Davidov E. Bringing values back in: the adequacy of the European social survey to measure values in 20 countries / E. Davidov, P. Schmidt, S. Schwartz // Public Opinion Quarterly. – 2008. – Vol. 72 (3). – P. 420–445.
4. Davidov E. Cross-Country and Cross-Time Comparison of The Human Values Measurements with The Second Round of The European Social Survey / E. Davidov // Survey Research Methods. – 2008. – Vol. 2 (1). – P. 33–46.
5. Refining the theory of basic individual values / S. Schwartz, J. Cieciuch, M. Vecchione [et al.] // Journal of Personality and Social Psychology. – 2012. – Vol. 103 (4). – P. 663–688.
6. Schwartz S. An overview of the Schwartz Theory of Basic Values [Electronic resource] / S. Schwartz // Online readings in Psychology and Culture. – 2012. – Vol. 2 (1). – Mode of access: <http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/11>. – Title from the screen.

K. Nagorniak

THE REFINED SCHWARTZ THEORY OF BASIC HUMAN VALUES: PRELIMINARY RESULTS OF THE PVQ-57 METHOD ADAPTATION IN UKRAINE

The problem of data comparison is particularly related to the study of different languages in diverse social and cultural contexts. For international studies, such as the European Social Survey (ESS), the International Program Social Survey (ISSP), the World and European research values (WVS / EVS) and others, formulations of questions, their translation into foreign languages, and their adaptation play a crucial role in a comparative context.

Study of basic human values is conducted using techniques developed by Shalom Schwartz (1992). His theory postulates that different countries and cultures have ten common core values. However, in each round of the European Social Survey, the research team changes statements of the scale because of the problem of measurement invariance. It means that the same items of a questionnaire can be diversely perceived by respondents in different countries. The English version of this refined Schwartz's technique (2012), which has not yet been tested in Ukraine, was translated into Ukrainian and tested within the pilot.

The article presents the results of piloting of the refined methods of basic individual values proposed by Shalom Schwartz. The PVQ-57 method has more features of detail and estimates of human values in contrast to the original theory of the ten core values. This theory identifies 19 values placed on the motivational continuum (circle), where the neighboring values are most compatible, and the opposite values are against each other.

During the pilot study (online survey) we received 960 answers of respondents. Factor analysis allowed estimating how statements that measure 19 values had a relevant translation with the English version of techniques. Also, the analysis allows further exploring how questions of Schwartz's technique form the factors necessary for reliable measurement of values. According to the results of the pilot, we have suggested steps for further improvement of the Ukrainian version of the PVQ-57.

Keywords: basic human values, scale of values, motivational continuum, structural of values, factor analysis, PVQ-57.

Матеріал надійшов 24.05.2017