

**«Социальные и экономические факторы различий в ценностном портрете
российского общества»**

Трунова Диана Алексеевна,

магистр 2 курса факультета Прикладная экономика, НИУ ВШЭ

Аннотация

На сегодняшний день изучение влияния экономических, культурных, географических, религиозных факторов на формирование ценностей, экономическое поведение людей и развитие региона в целом является одной из актуальных тем. Вопросы, на сколько сильно отличаются жители в разных регионах страны и в городах разного размера и каковы фундаментальные причины этих отличий, представляют интерес для многих ученых, так как это может определять ключевые факторы развития того или иного региона (города).

В рамках моего исследования следует изучить влияние географического, а также социально-экономических факторов на формировании ценностного портрета российского общества. Исследовательская задача состоит в том, что необходимо сравнить ценности людей и их взгляды в разных типах городов (в зависимости от размера города) и разных федеральных округах, выявить фундаментальные причины сходств и различий.

В качестве базовой модели была взята следующая модель, позволяющая проанализировать влияние географических и социально-экономических факторов на ценностный портрет индивида

$$Q_m = \alpha + \sum_{s=1}^S \beta_s D_m^s + \gamma' X_m + \varepsilon_m,$$

где m – это номер респондента, $s = 1, \dots, S$ – индекс федерального округа, Q_m – ответ респондента на вопрос, D_m^s – дамми-переменная принадлежности тому или иному федеральному округу (или тому или иному размеру города): равна 1, если респондент m принадлежит федеральному округу s (или городу с определенным количеством населения), и равен 0 – в другом случае, X_m – вектор контрольных переменных. В качестве контрольных переменных были использованы следующие показатели: пол, возраст, уровень образования, религия, семейное положение, количество детей, дамми-переменная, равная 1, если респондент работает и 0 – в противном случае, а также дамми-переменная, равная 1, если респондент на пенсии, 0 – в противном случае.

В моем исследовании на основе базы данных World Value Survey за следующие периоды: I волна (1981-1984 гг.), II волна (1990-1994), III волна (1995-1998 гг.), IV (1999-2004), V волна (2005-2009 гг.), VI волна (2010-2014 гг.) с помощью вышеописанной

регрессионной модели методом максимального правдоподобия (в зависимости от типа вопроса использовались logit-model, ordered logit-model, multinomial logit-model) и применения статистических методов были оценены ответы на вопросы, показывающие влияние экономических, социальных и демографических характеристик респондента на его нормы, ценности и предпочтения. В каждой регрессии проверялась совместная значимость дамми-переменных на 10% уровне значимости.

В ходе выполнения данной работы было показано, что, действительно, население в разных федеральных округах и в разных типах городов статистически значимо отличается своими ценностными характеристиками. Кроме того, на основе качественных данных было установлено, что это отличие изменяется с течением времени и особо проявляется в вопросах отношения населения к жизни в целом, к работе, семье, обществу и политике. На основе данных и результатов исследования выстроен некий ценностный портрет населения в каждом регионе и городе. Таким образом, полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что регион страны и размер города респондента являются одними из предикторов ценностного портрета человека. С другой стороны, при анализе результатов необходимо также учитывать, что количество, размер и форма организации (стран или населенных пунктов) сами по себе могут являться эндогенными, а именно определяться взаимодействием отдельных лиц и групп.

В дальнейшем планируется сопоставить разницу в ответах между группами людей, проживающих в разных регионах и в разных городах, установить причины различий между регионами и между городами в данные временные промежутки, выявить социальные и экономические факторы, влияющие на формирование ценностей, подобрать переменные, описывающие экономическое развитие региона, и понять, какое влияние оказывают ценности людей на экономический рост.