

Политические ценности в современной России: когнитивные, эмоциональные и поведенческие аспекты

И.В. Богдан

Ценности в целом и политические ценности в частности — актуальная тема для политической психологии. Однако если ознакомиться с литературой на эту тему, становится очевидно, что вопрос «какова структура репрезентации политических ценностей в сознании населения» практически никогда не поднимался исследователями. Данный факт, по нашему мнению, является упущением, так как приводит к тому, что ценность в этом случае выступает сугубо когнитивным образованием, понятием, хотя в действительности ценность не сводится к понятию. Мы можем рассматривать ценность как понятие с позиций политологического или социологического подходов, однако когда мы подходим к ценностям с точки зрения политической психологии, нас, помимо содержания политических ценностей и социологических фактов, интересует структура репрезентаций политических ценностей в сознании населения. В массовом сознании репрезентация политических ценностей, кроме когнитивного (ценности как понятия), содержит эмоциональный (отношение к ценностям) и поведенческий (связь ценностей с поведением)¹ компоненты, ценности обрастают ассоциациями, с ними связан пласт бессознательных явлений.

В статье рассматриваются *когнитивные, эмоциональные и поведенческие компоненты* репрезентации политических ценностей, анализ которых, по мнению автора, позволит глубже понять ряд вопросов, связанных с политическими ценностями, в частности, связь политических ценностей и политического поведения. Рабочим определением политической ценности в данном исследовании выступало «*система представлений о желаемых принципах политического устройства общества*».

Методология исследования

Эмпирической базой исследования являлся анкетный опрос на тему политических ценностей, проведенный кафедрой социологии и психологии политики МГУ в 2013 г. Выборка составила 2050 человек из 42 субъектов РФ, выборка сбалансирована по полу, возрасту, образованию.

¹ Об аналогичных компонентах ценностей говорят, например, известный исследователь ценностей К. Клакхон // цит. по: *Блохина М.В.* Трансформация социально-политических ценностей в реформируемом обществе. Тверь, 2005. С. 15–16; *Голубкова О.А.* Культура, личность, деятельность (аксиологический аспект). СПб: ГУ ВШЭ, 2007. С. 31.

В данной статье мы рассматриваем следующие компоненты *когнитивного* среза репрезентации политических ценностей:

– *актуальные политические ценности* — ценности, которые присутствуют в данный момент в политическом сознании населения.

Для выявления актуальных ценностей в сознании населения мы использовали метод незаконченного предложения («Идеальное государство — это...»). В ответах респондентов мы экспертным методом выделяли политические ценности;

– *кластеры политических ценностей*, которые дают представление об отношениях между ценностями, каким образом они группируются по смысловому признаку в массовом сознании.

В полученных ответах респондентов зачастую можно было выделить не одну, а несколько политических ценностей. Автором было подсчитано, как часто в ответах респондентов политические ценности называются одновременно. По результатам подсчета был построен граф, в вершинах которого указаны соответствующие политические ценности, а над ребрами — количество случаев, когда политические ценности были названы в рамках ответа одного респондента.

Дополнительно никаких математических методов обработки данных не применялось, так как простое графическое построение графа дает четкое представление о собирании актуальных политических ценностей в кластеры.

Что касается *эмоционального* компонента репрезентации политических ценностей в массовом сознании, мы рассматриваем отношение к 18 распространенным политическим ценностям.

Методика оценки эмоционального отношения к политическим ценностям заключалась в следующем: респондентам было предложено оценить политические ценности как понятия по шкале: «отрицательное значение», «не имеет значения», «имеет небольшое значение», «довольно значимо», «очень значимо». Для получения относительного отношения к ценности значениям шкалы присваивались веса: «-3», «0», «+1», «+2», «+3» соответственно, затем количество выбравших определенную оценку делилось на общее количество людей в группе, домножалось на веса и складывалось по каждой отдельной ценности. Итоговое значение «+3» означало бы, что вся выборка оценила ценность максимально положительно, «-3» — вся выборка оценила ценность максимально отрицательно. Эмоциональное отношение к объекту/явлению связано со значимостью его для индивида, поэтому вышеуказанную методику можно рассматривать как вполне адекватную в плане выявления эмоционального отношения к политическим ценностям как к понятиям.

В разделе, посвященном *поведенческому* аспекту репрезентации политических ценностей, мы анализируем, как связаны рассмотренные когнитивные и эмоциональные компоненты с политическим поведением. Политическое (электоральное) поведение респондентов оценивалось вопросом «за какую политическую партию вы голосовали на последних выборах в Госдуму?» («Правое дело» и «Патриоты России» не рассматривались по причине недостаточных выборов). Связь когнитивных и эмоциональных компонент с поведением выявлялась путем сравнения средних значений эмоционального отношения/актуальности по выборке и таковых для респондентов, выбравших определенный вид электорального поведения.

Для того чтобы узнать, насколько согласованы политическое (электоральное) поведение и политические ценности в современной России, сравнивалось отношение к ценностям и актуальные ценности в сознании электората партий с тем, какие ценности население приписывает политическим партиям.

Гипотезы исследования

Эмоциональные компоненты репрезентации политических ценностей и актуальные ценности в политическом сознании различаются. Актуальные политические ценности несут на себе отпечаток текущей ситуации, в то время как эмоциональное отношение к ценностям отражает более глубокие, фундаментальные и слабо изменяемые явления.

Политическое поведение сильно подвержено влиянию политических ценностей; на основании представленности определенных политических ценностей в массовом сознании можно предсказывать политическое поведение населения. Эмоциональные компоненты репрезентации политических ценностей в массовом сознании будут оказывать большее влияние на политическое поведение, чем набор актуальных политических ценностей.

Результаты исследования и обсуждение

1. Когнитивные компоненты репрезентации политических ценностей

Начнем с того, какие политические ценности присутствуют в данный момент в политическом сознании населения России. После обработки ответов на открытый вопрос «Идеальное государство — это...» было получено следующее распределение (табл. 1):

Таблица 1

Актуальные политические ценности в России

Ценности	%
<i>Антиценности</i>	
Несвобода	0,1%
Нужда, бедность	1,2%
Небезопасность	1,9%
Другое	4,3%
<i>Малоактуальные ценности:</i>	
Толерантность	0,1%
Традиционность	0,2%
Национализм	0,4%
Патриотизм	0,5%
Либеральная экономика	0,6%
Ответственность	0,7%
Религия	0,8%
Иные постматериалистические ценности	0,9%

Окончание табл. 1

Ценности	%
Единство, братство	1,1%
Прогресс, инновационность	1,4%
Автономия от государства	1,5%
Прозрачность, честность	1,5%
Мир	1,6%
<i>Актуальные ценности:</i>	
Сильное государство, власть	3,7%
Демократия, народовластие	4,1%
Порядок	4,5%
Равенство	4,6%
Права и свободы человека	4,8%
Справедливость	4,9%
Свобода и самореализация	5,3%
Материальный достаток	7,3%
Безопасность	7,5%
Стабильность	8,6%
Государственный патернализм и забота о человеке	11,0%
Верховенство закона, законность	11,9%
<i>Другое или сложно идентифицировать ценность</i>	40,1%

Политические ценности, полученные из анализа ответов респондентов, можно разбить на три группы: антиценности, малоактуальные ценности (каждую из которых назвали менее 1,6% респондентов) и актуальные ценности (каждую из которых назвали более 3,7% респондентов). Некоторые ценности, представленные в таблице, не являются политическими (например, материальный достаток), однако, как будет показано в дальнейшем, они дают ценную дополнительную информацию при анализе.

В табл. 1 можно выделить как минимум две дихотомии: «государственный патернализм – автономия от государства» и «материализм – постматериализм». Также можно вслед за А.В. Селезневой и О.Ю. Малиновой рассмотреть дихотомию «Традиционные – заимствованные политические ценности»², представленную полярными группами ценностей. Из табл. 1 видно, что в массовом сознании современной России преобладают первые части дихотомий — патернализм, материализм, традиционные ценности, что не является новым знанием, а только подтверждает предыдущие исследования других авторов, касающиеся ценностей россиян³, и служит дополнительным подтверждением валидности исследования.

² Человеческий капитал российских политических элит. Политико-психологический анализ / под ред. Е.Б. Шестопа, А.В. Селезневой. М., 2012. С. 99.

³ См., например: Бызов Л.Г. Основные идеологические течения в массовом сознании современной России // Мониторинг общественного мнения 2006, № 4 (80). С. 149; Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е.Б. Шестопа М., 2012; Селезнева А.В. Политико-психологический анализ политических ценностей современных российских граждан: поколенческий срез // Философия. Социология. Политология 2011, № 3 (15). С. 33.

Что логично, актуальные ценности у разных групп населения различаются, хотя в целом три ведущие ценности: верховенство закона, государственный патернализм и стабильность — актуальны для всех.

Политические ценности не существуют сами по себе, обычно, когда населению предлагаются ценности, им предлагается ценностный кластер, например, в виде идеологии. Рассмотрим, в какие кластеры объединяются актуальные политические ценности (рис. 1).



Рис. 1. Кластеры актуальных политических ценностей в современной России

Видно, что самой популярной ценностью является верховенство закона. Чаще всего другие ценности объединяются с ней. Если отсечь эту ценность, ценности распадаются на два кластера.

Первый кластер можно условно назвать «**клишированным кластером**», в нем объединяются свобода и равенство. Однако данный кластер клишированным является только на первый взгляд: последнюю часть известной триады — братство — респонденты упоминали редко, предпочитая зачастую заменять его тем же верховенством закона. Далее, как демонстрируют глубинные интервью, свободу и равенство в сознании респондентов объединяют «возможности». Часто респонденты понимали свободу как наличие возможностей, а равенство — как равенство возможностей.

Второй кластер можно условно назвать «**традиционно-материалистическим кластером**». Сюда входят такие ценности, как государственный патернализм, стабильность, безопасность и материальный достаток (последний, как было сказано, политической ценностью не является, однако дает представление о логике собирания данных ценностей в кластер). К данному кластеру примыкают также две ценности: сильное государство и порядок.

Эти два кластера не являются полностью изолированными и на частоте 5–10 сочетаний ценностей начинают пересекаться между собой и с другими ценностями, не вошедшими в рис. 1.

2. Эмоциональные компоненты репрезентации политических ценностей

Было измерено отношение населения к 18 политическим ценностям. По возрастанию эмоционального отношения ценности были расположены следующим образом (относительное отношение рассчитано по указанному в методологическом разделе методу) (табл. 2)⁴:

Таблица 2

Эмоциональное отношение к политическим ценностям

Политическая ценность	Относительное отношение к политической ценности	Политическая ценность	Относительное отношение к политической ценности
1. национализм	0,05	10. патриотизм	1,97
2. коллективизм	0,77	11. стабильность	2,18
3. традиционность	1,22	12. свобода	2,32
4. толерантность	1,24	13. справедливость	2,35
5. солидарность	1,38	14. права человека	2,46
6. демократия	1,49	15. порядок	2,46
7. равенство	1,52	16. законность	2,47
8. индивидуальная инициатива	1,59	17. мир	2,49
9. частная собственность	1,66	18. безопасность	2,51

Следует заметить, что в целом отношение к ценностям и их актуальность сходны: ведущие места в обоих случаях занимают безопасность, верховенство закона, права человека, стабильность и т. д. И по актуальности, и по отношению одинаково мало антиценностей.

Однако важное отличие было найдено, когда было рассмотрено, различается ли отношение к ценностям в группах, разных по возрасту, доходу и уровню образования. Была обнаружена значительная гомогенность в отношении к политическим ценностям (чего не скажешь об актуальных ценностях) среди данных групп — почти всегда «аутсайдерами» были *национализм* и *коллективизм*, а ведущей — одна и та же пятерка (по убыванию позитивного отношения: *безопасность*, *мир*, *законность*, *порядок*, *права человека*). Таким образом, отношение к ценностям намного более стабильно для всех групп населения, чем их актуальность.

Дополнительным свидетельством того, что отношение отражает более фундаментальные и инертные процессы, чем актуальность, является, например, то, что по выборке имеется среднее-позитивное отношение к новым «западным ценностям», но очень позитивное к «миру» — одной из основных политических ценностей советского времени, не присутствующей в политическом дискурсе сейчас, поэтому мало актуальной.

⁴ Чаще всего как антиценности назывались национализм (25,9%), коллективизм (11,5%) и толерантность (7,3%). Ценности, к которым население индифферентно (оценило как не имеющие значения), — коллективизм (27,9%), национализм (27,5%), традиционность (25,7%), солидарность (21,2%) и толерантность (20,5%). Как видно, списки антиценностей, «нейтральных» и наименее популярных политических ценностей сильно пересекаются, что говорит в пользу оправданности принятой методики расчета отношения.

3. Поведенческие компоненты репрезентации политических ценностей

Вопрос о связи политических ценностей и поведения далеко не праздный и выступает постоянным предметом споров в политической психологии. Ряд исследователей говорит о незначительности связи⁵, в частности потому, что между ценностями и поведением находится множество опосредующих механизмов⁶. Другие же авторитетные исследователи говорят о наличии такой связи, однако замечают при этом, что ценности определяют поведение не по отдельности, а только в виде кластеров⁷. Кто же из исследователей прав в случае современной России?

Если говорить о *связи актуальных ценностей и политического поведения*, можно сделать некоторые обобщения.

Что касается голосования за партии на последних выборах в Государственную думу, наибольшей спецификой по сравнению с электоратами других партий обладает электорат «Яблока». В электорате «Яблока» больше респондентов, указывавших такие ценности, как *права человека, верховенство закона, свобода, автономия от власти*. И меньше, чем у электората других партий, тех, кто указывал *безопасность, стабильность, порядок, государственный патернализм*.

Практически по всем этим ценностям электорату «Яблока» противостоит электорат «Справедливой России». Электорат партии чаще, чем электораты других партий, называл такие ценности, как *материальный достаток, государственный патернализм, порядок, справедливость*. И реже — *права человека, верховенство закона*.

Электорат «Единой России» чаще электоратов других партий называл *стабильность*, электорат ЛДПР — *демократию*. Электорат КПрФ чаще всех других называл *государственный патернализм, безопасность* и реже всех — *свободу*.

Что касается связи электорального поведения и кластеров политических ценностей, можно заметить следующее:

– кластер «свобода – равенство» не является определяющим для электорального поведения;

– «традиционно-материалистический кластер» представлен довольно четко. Этот кластер слабее всего представлен у электората «Яблока» и сильнее у партий, прошедших в Думу (относительно массовых партий), в среднем по всем ценностям кластера самые высокие позиции занимает электорат «Единой России».

Более значительная связь просматривается между *политическим поведением и отношением к ценностям*.

⁵ См., например: *Maio G.R., Olson J.M. Value-attitude-behavior relations: the moderating role of attitude functions // British journal of social psychology, 1994. № 33. P. 301–312.*

⁶ *Ментальность россиян (специфика сознания больших групп населения России) / под ред. Дубова И.Г. М., 1997. С. 30, 50–52.*

⁷ *Caprara G.V., Schwartz S., Capanna C., Vecchione M., Barbaranelli C. Personality and Politics: Values, Traits and Political Choice // Political Psychology, 2006. Vol. 27, No. 1 (Feb.). P. 10–11; Braithwaite V. Harmony and security value orientation in political evaluation // Personality and social psychology bulletin. Vol. 23, № 4. P. 407.*

Можно выделить ценности, эмоциональная оценка по которым в целом совпадает для всех партий, и ценности, по которым ряд партий имеет свою специфику по сравнению с общей выборкой.

Общими ценностями, эмоциональное отношение к которым голосовавших за все партии относительно одинаково, являются *мир, свобода, законность*.

Что касается отношения к *равенству*, то самую высокую оценку дает электорат КПРФ, следом за ним — ЕР. Самое негативное отношение к равенству у электората ЛДПР. Наименее значима *солидарность* для электората «Яблока» и чуть более значима — для неголосовавших. Электорат «Яблока» выделяется положительным отношением *правам человека и к толерантности*, у электората КПРФ, ЛДПР и неголосовавших оценка ниже, чем в среднем по выборке. *Порядок* менее значим для электората «Яблока», чем для всей выборки. *Безопасность* и *справедливость* наименее важны для электората ЛДПР. Единственная найденная специфика «Справедливой России» — то, что ее электорат больше всех ценит *стабильность*.

По ряду ценностей четко прослеживается континуум «КПРФ — «Яблоко»». *Патриотизм* наиболее важен для КПРФ, аналогичной силы отрицательное отношение к нему у электората «Яблока». К *коллективизму* отношение выше среднего по выборке у электората КПРФ (на 70% выше) и ЕР, у электората «Яблока» отношение на 70% ниже. *Частную собственность* электорат КПРФ оценивает ощутимо ниже всех, электорат Яблока — значительно выше всех. *Традиционность* выше всего была оценена сторонниками КПРФ, на втором месте — ЕР, резко отрицательно по сравнению со всей выборкой оценивает ее электорат «Яблока». *Демократию* оценивают ниже среднего по выборке электорат КПРФ и неголосовавшие, выше всего — электорат «Яблока».

Еще один континуум — «ЛДПР — «Яблоко»». Отношение к *национализму* у электората партий значительно более негативное, чем в среднем по выборке, самое негативное отношение у «Яблока»; единственная партия, чей электорат оценил национализм позитивнее, чем в среднем вся выборка, — ЛДПР (зато в 12 раз!). К *индивидуальной инициативе* наиболее отрицательное отношение у электората ЛДПР, самое положительное — у электората «Яблока».

Рассмотрим, насколько согласованы политическое поведение и политические ценности в современной России. Сравним отношение к ценностям и актуальные ценности в сознании электората партий с тем, какие ценности население приписывает политическим партиям (табл. 3).

В целом здесь видна значительная согласованность, ярких несоответствий практически нет.

Ценность свободы наиболее актуальна для электората «Яблока» и наименее — для КПРФ, то же самое с приписыванием этой ценности КПРФ и «Яблоку». Логично совпадение высокой актуальности и частого приписывания ценности «справедливость» «Справедливой России» (та же ситуация наблюдается с «порядком»). «Яблоко» — лидер как по актуальности, так и по приписыванию ценности прав человека. У ЕР совпали актуальность и частота приписывания ей ценностей «демократия» и «стабильность».

Таблица 3

Приписывание политических ценностей партиям

Политические ценности	Единая Россия	КПРФ	ЛДПР	Справедливая Россия	Яблоко
Свобода	6,9%	3,7%	7,9%	6,3%	8,8%
Равенство	3,9%	8,9%	4,5%	6,2%	5,5%
Справедливость	4,2%	6,6%	5,1%	11,7%	5,4%
Традиционность	3,9%	8,3%	3,3%	3,5%	2,8%
Частная собственность	10,0%	1,6%	8,4%	5,5%	9,3%
Толерантность	5,0%	3,2%	2,7%	4,9%	6,0%
Солидарность	3,5%	6,0%	3,2%	5,7%	4,3%
Права человека	5,4%	4,5%	5,9%	6,7%	7,8%
Патриотизм	5,2%	9,5%	7,0%	5,0%	3,1%
Законность	5,7%	5,1%	5,6%	6,2%	6,0%
Коллективизм	2,2%	11,5%	2,3%	3,0%	1,9%
Индивидуальная инициатива	5,2%	1,7%	6,0%	4,1%	7,5%
Стабильность	8,0%	5,6%	4,1%	5,3%	4,3%
Демократия	7,1%	2,3%	6,3%	5,4%	7,9%
Мир	7,3%	6,5%	4,9%	7,0%	7,0%
Национализм	2,0%	2,8%	11,0%	1,7%	1,7%
Безопасность	7,5%	5,6%	5,4%	5,6%	5,1%
Порядок	7,0%	6,6%	6,3%	6,2%	5,5%

Если рассматривать отношение к ценностям, то ранее выделенные континуумы совпали почти полностью с распределением приписывания определенных политических ценностей партиям. В паре «КПРФ – “Яблоко”» — совпали разбросы по традиционности, патриотизму, коллективизму, демократии, а в «ЛДПР – “Яблоко”» — наблюдается соответствие по национализму. Также совпало самое негативное отношение к солидарности для электората «Яблока».

Таким образом, можно говорить о том, что были получены данные, свидетельствующие в пользу связи политических ценностей и электорального поведения в современной России. При этом можно заключить, что голосование за партии в 2011 г., если сравнивать ценности, приписываемые партиям, с актуальностью и отношением к ним по населению в целом, не отражает ценностные предпочтения всего населения (например, по логике КПРФ должна была занять одно из последних мест при голосовании, если сопоставлять ценности, которые ей приписываются, и ценности массового сознания, а «Справедливая Россия» должна была обогнать как минимум и КПРФ, и ЛДПР), что при совпадении ценностей электората и приписываемых партиям ценностей может быть свидетельством того, что при голосовании электорат не представлял адекватно население.

При оперировании устойчивыми кластерами ценностей вероятность предсказания электорального поведения повышается. Так, например, электорат всех партий, прошедших в Думу, в отличие, например, от не прошедшего туда «Яблока», назвал в числе самых актуальных ценности «традиционно-материального кластера», и в первую очередь это был электорат победившей «Единой России».

Таким образом, данные исследования говорят в пользу результатов, полученных Ш. Шварцем, В. Брейтвейт, Г. Капрарой и др., подтверждающая идею о том, что наборы ценностей населения могут достаточно адекватно предсказывать его политическое поведение, по крайней мере в России.

Выводы

Можно сказать, что в целом гипотезы, сформулированные в начале исследования, по большей части подтвердились.

Действительно, при значительном совпадении актуальность политических ценностей и эмоциональное отношение к ним различаются. Основное различие состоит в том, что эмоциональное отношение менее подвержено ситуативным факторам, в отличие от актуальности, оно намного более гомогенно для различных групп населения (ценности, отношение к которым наиболее позитивно у всех групп населения, в порядке убывания позитивного отношения: *безопасность, мир, законность, порядок, права человек*; наиболее негативно — *национализм и коллективизм*). Можно заключить, что эмоциональный компонент репрезентации политических ценностей является выражением более глубоких процессов в политическом сознании населения и сильнее связан с политической культурой, чем когнитивные компоненты политических ценностей.

Политическое поведение в России действительно обнаруживает связь с политическими ценностями. Однако предположение о том, что эмоциональное отношение к ценностям — более валидный предсказатель политического (электорального) поведения, подтвердилось только частично.

Суммируя данные по поведенческому компоненту репрезентации политических ценностей можно заключить, что связь политических ценностей и политического поведения в России достаточно сложна. В детерминации политического поведения принимают участие и когнитивные, и некогнитивные компоненты репрезентации политических ценностей. В России когнитивные компоненты представлены в первую очередь кластером «традиционно-материалистических» ценностей, который позволяет прогнозировать массовость поддержки партии населением России. Некогнитивные компоненты представлены отношением к ряду политических ценностей, которые позволяют предсказывать голосование за определенные партии (например, положительное отношение к национализму и голосование за ЛДПР). Таким образом, становится очевидно, что для наиболее адекватного предсказания политического поведения на основании политических ценностей необходимо учитывать когнитивные, эмоциональные и, скорее всего, бессознательные компоненты их репрезентации в массовом сознании.

В заключение можно сказать, что изучение некогнитивных аспектов репрезентации политических ценностей в массовом сознании (политические ценности не только как понятия) представляет не только теоретический, но и практический интерес (как было показано, например, в контексте связи их с политическим поведением). Спецификой отечественной политической культуры является выраженное влияние некогнитивных и неосознаваемых представлений (особенно ярко это было заметно на выборах в начале 1990-х, когда поддерживали одних, а голосовали за других), следовательно, изучение некогнитивных компонент репрезентации политических ценностей в сознании населения России может способствовать более глубокому пониманию специфики политической культуры России.

Литература

1. *Блохина М.В.* Трансформация социально-политических ценностей в реформируемом обществе. Тверь, 2005.
2. *Бызов Л.Г.* Основные идеологические течения в массовом сознании современной России // Мониторинг общественного мнения 2006. № 4 (80).
3. *Голубкова О.А.* Культура, личность, деятельность (аксиологический аспект). СПб.: ГУ ВШЭ. 2007.
4. Ментальность россиян (специфика сознания больших групп населения России) / под ред. И.Г. Дубова. М., 1997.
5. Психология политического восприятия в современной. России / под ред. Е.Б. Шестопа М., 2012.
6. *Селезнева А.В.* Политико-психологический анализ политических ценностей современных российских граждан: поколенческий срез // Философия. Социология. Политология. 2011. № 3 (15).
7. Человеческий капитал российских политических элит. Политико-психологический анализ / под ред. Е. Б. Шестопа М., А.В. Селезневой. М., 2012.
8. *Braithwaite V.* Harmony and security value orientation in political evaluation // Personality and social psychology bulletin. Vol. 23. № 4.
9. *Caprara G. V., Schwartz S., Capanna C., Vecchione M., Barbaranelli C.* Personality and Politics: Values, Traits, and Political Choice // Political Psychology. Vol. 27. No. 1 (Feb., 2006).
10. *Maio G.R., Olson J.M.* Value-attitude-behavior relations: the moderating role of attitude functions // British journal of social psychology. 1994. № 33.