Оригинальная статья / Original article

УДК 304.2; 316

https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-6-203-212

CC BY 4.0

«Успех» как социокультурная категория: российская и китайская системы ценностей

А. А. Раренко[1] ✉

[1] Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук
Нахимовский пр-т, д. 51/21, г. Москва 117418, Российская Федерация

✉ e-mail: rarenco@rambler.ru

Резюме

Актуальность *статьи обусловлена тем, что в ней обсуждается ставшая в последнее время особо значимой тема личностного успеха. Категория «успех» обсуждается в свете социокультурной парадигмы.*

Цель *исследования – определить роль категории «успех» в системе ценностей современных российских и китайских студентов, обучающихся в МГУ им. М. В. Ломоносова.*

Задачи*. В статье ставятся и решаются задачи: выявить основные составляющие категории "успех" в российской и китайской культурах через призму восприятия молодежи 18–27 лет; проанализировать данные, полученные в ходе социального опроса при помощи электронного анкетирования в период с 1 по 31 мая 2024 г.; описать различия в отношении к категории «успех» в российском и китайском обществах.*

Методология. *Методами исследования послужили сопоставительный и сравнительный методы, а также метод анализа полученных данных.*

Результаты. *В процессе исследования были выявлены основные составляющие категории «успех» в российской и китайской культурах через призму восприятия молодежи 18–27 лет, а также проанализированы полученные в ходе социального опроса при помощи электронного анкетирования в период с 1 по 31 мая 2024 г. данные, установлены различия в отношении к категории «успех» в современных российском и китайском обществах.*

Выводы. *Гипотеза о зависимости восприятия категории «успех» в национальных обществах от культурно-национальных особенностей нашла подтверждение. В современных российском и китайском обществах категория «успех» приобретает все большое значение и воспринимается как одна из базовых ценностей, обладающая символической властью. Китайские студенты в оценке себя и других ориентируются не столько на мнение окружающих, сколько на собственные ощущения. В этом отношении они оказались более самостоятельными и независимыми от общественного мнения, нежели российские студенты.*

Ключевые слова: *ценности; категория «успех»; символический капитал; П. Бурдье; российские ценности; китайские ценности; система ценностей.*

Конфликт интересов: *В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных автором публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Автор декларирует отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.*

Для цитирования: Раренко А. А. «Успех» как социокультурная категория: российская и китайская системы ценностей // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 6. С. 203–212. https://doi.org/ 10.21869/2223-1552-2024-14-6-203-212

Поступила в редакцию 18.10.2024 Принята к публикации 16.11.2024 Опубликована 27.12.2024

© Раренко А. А., 2024

"Success" as a socio-cultural category: the Russian and Chinese value systems

Andrey A. Rarenko[1] ✉

[1] Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences
51/21 Nakhimovsky Ave., Moscow 117418, Russian Federation

✉ e-mail: rarenco@rambler.ru

Abstract

The relevance *of the article is due to the fact that it discusses the topic of personal success, which has recently become particularly significant. The category of "success" is discussed in the light of the socio-cultural paradigm.*

The purpose *of the study is to determine the role of the category "success" in the value system of modern Russian and Chinese students studying at Lomonosov Moscow State University.*

Objectives*. The article sets and solves the following tasks: to identify the main components of the category "success" in Russian and Chinese cultures through the prism of the perception of young people aged 18-27; to analyze the data obtained during a social survey using an electronic questionnaire in the period from May 1 to May 31, 2024; to describe the differences in attitudes towards the category "success" in Russian and Chinese societies.*

Methodology. *The research methods were comparative and comparative methods, as well as the method of analyzing the data obtained.*

Results. *In the course of the study, the main components of the category "success" in Russian and Chinese cultures were identified through the prism of the perception of young people aged 18-27, and the data obtained during a social survey using electronic questionnaires from May 1 to 31, 2024 were analyzed, and differences in attitudes towards the category "success" in modern Russian and Chinese were established. societies.*

Conclusions. *The hypothesis about the dependence of the perception of the category "success" in national societies on cultural and national characteristics has been confirmed. In modern Russian and Chinese societies, the category of "success" is becoming increasingly important and is perceived as one of the basic values with symbolic power. Chinese students, in evaluating themselves and others, are guided not so much by the opinions of others as by their own feelings. In this regard, they turned out to be more independent and independent of public opinion than Russian students.*

Keywords*: values; category "success"; symbolic capital; P. Bourdieu; Russian values; Chinese values; value system.*

Conflict of interest*: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the author of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The author declares no conflict of interest related to the publication of this article.*

For citation: Rarenko A.A. "Success" as a socio-cultural category: Russian and Chinese value systems. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management.* 2024;14(6):203–212. (In Russ.) https://doi.org/10.21869/ 2223-1552-2024-14-6-203-212

Received 18.10.2024 Accepted 16.11.2024 Published 27.12.2024

***

Введение

Вопрос ценностных предпочтений уходит своими корнями в глубокую древность. Еще античные ученые в своих работах так или иначе затрагивали эту тему в своих трудах. Сегодня вопрос о ценностях и их роли в жизни как отдельного человека, так и нации в целом по-прежнему актуален [1; 2]. Категория «успех», на наш взгляд, может рассматриваться как одна из базовых ценностей современного человека, поскольку сегодня человек, как никогда раньше, оказывается зависим от общественного мнения [3; 4].

Материалы и методы

Для того чтобы выяснить, какое место среди других видов ценностей в жизни современного человека занимает категория «успех», нами были изучены научные труды современных российских и зарубежных исследователей, работающих в междисциплинарном поле [5; 6]. Нас более всего интересовали работы ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области аксиологии [7], социологии [8; 9], социальной психологии [10; 11], а также социолингвистики, культурологии [12; 13] и лингвокультурологии [14; 15]. Для анализа полученных в ходе данных были применены сравнительный и сопоставительный методы исследования.

Понятие «ценность»

В настоящее время в научной среде наиболее часто под «ценностями» понимают: 1) «обобщенные представления людей относительно целей и норм своего поведения, воплощающие исторический опыт и концентрированно выражающие смысл культуры отдельного этноса и всего человечества» [2, с. 3]; 2) «материальные или идеальные предметы, обладающие значимостью для всех социальных субъектов с позиций удовлетворения потребностей общества» [3, с. 89]; 3) высшие принципы, приводящие к согласию и гармонии, как в малых социальных группах, так и в обществе в целом [16; 17]. Таким образом, обобщая вышесказанное, в самом общем виде ценность можно рассматривать как «предмет некоторого интереса, желания, стремления и т. п., или, короче говоря, объект, значимый для человека или группы лиц» [18, с. 67], соответственно, совершенно разные объекты, как материальные, так и нематериальные, могут выступать ценностью для разных людей в разные периоды их жизни (более подробно см., например: [10]).

«Успех» как ценность

На наш взгляд, категория «успех» вполне может рассматриваться сегодня как составляющая «символического капитала» человека (термин П. Бурдье), который наряду с экономическим, культурным и социальным признан сегодня гуманитариями частью «человеческого капитала» (изначально понятие введено в научный оборот лауреатом Нобелевской премии Т. Шульцем, под которым он предложил понимать приобретенные человеком ценные качества, которые могут быть усилены соответствующими вложениями, т. е. знания, умения, навыки, а также хорошее здоровье и образование) (более подробно см. [19, с. 4]).

Согласно учению П. Бурдье, символический капитал – «капитал чести и престижа, который производит институт клиентелы» [20, с. 232] – представляет собой основу существования архаического общества и не только, в которых социальное взаимодействие основывается на отношениях доверия, а в качестве денег выступают взаимные услуги. П. Бурдье подчеркивает, что «символический капитал – это кредит... легко понять, что демонстрация символического капитала... составляет... один из механизмов, благодаря которым капитал идёт к капиталу» [20, с. 235]. Поэтому категорию «успех» можно рассматривать как некий символический акт признания заслуг человека, благодаря чему его роль в обществе возрастает.

Результаты и их обсуждение

В целях выяснить, какими характеристиками в представлении современной молодежи обладает «успешный человек». Наша гипотеза состояла в том, что харак-

теристики «успешного человека» зависят от принадлежности к той или иной социально-культурной общности, для подтверждения (или опровержения) выдвинутой гипотезы автором статьи был проведен социологический опрос российских и китайских студентов, проходящих обучение в Московском государственном университете им. М. В. Ломоносова. Опрос проводился при помощи электронного анкетирования в период с 1 по 31 мая 2024 г.

Социологический опрос проводился в два этапа. На первом этапе респондентов просили назвать пять наиболее важных, с их точки зрения, характеристик успешного человека. В опросе приняли участие в общей сложности 184 студента в возрасте от 18 до 27 лет, из них 98 – юноши, 86 – девушки, 102 – российские студенты, представители разных регионов России, 82 – китайские студенты. Студенты представляли разные факультеты МГУ им. М. В. Ломоносова, при этом 50 человек – в возрасте от 18 лет до 21 года; 66 человек – в возрасте от 22 лет до 25 лет; 68 человек – в возрасте 26–27 лет. Политические предпочтения, будущая профессия, место проживания, финансовое положение респондентов и их семей, семейное положение и другие индивидуальные особенности принимавших участие в опросе не рассматривались.

Полученные результаты были обработаны и ранжированы по принципу частотности, при этом близкие понятия (например, такие как «богатый», «обеспеченный», «имеющий хороший доход» и пр.) для удобства анализа полученных данных были нами объединены. Для каждой возрастной группы были отобраны пять наиболее часто называемых ценности, которые были внесены в таблицу в порядке убывания. В скобках напротив каждой единицы указана частота упоминаемой единицы в процентном соотношении (пять указанных ценностей рассматриваются для простоты обработки как 100%). Рассмотрим результаты опроса (табл. 1, 2).

На втором этапе респондентов просили ответить на вопросы анкеты. Данные, полученные в результате социального опроса, позволяют сделать вывод о том, что при определении характеристик «успешного человека» российские и китайские студенты демонстрируют схожие представления, что, вероятно, можно объяснить принадлежностью обеих культур – русской и китайской – к традиционному типу (по Г. Хофстеде) (более подробно см.: [21; 22]). В то же самое время наблюдается ряд отличий.

Таблица 1. Характеристики успешного человека (российские студенты)

Возрастная группа	18-21 лет (32 чел.)	22-25 лет (36 чел.)	25-27 лет (34 чел.)
1	Обеспеченный (39%)	Обеспеченный (38%)	Обеспеченный (37%)
2	Имеющий собственный бизнес (21%)	Достигающий поставленных целей (23%)	Достигающий поставленных целей (22%)
3	Достигающий поставленных целей (20%)	Жизнерадостный (14%)	Семейный (20%)
4	Образованный (12%)	Семейный (13%)	Обладающий социальным статусом (15%)
5	Семейный (8%)	Образованный (12%)	Образованный (6%)

Таблица 2. Характеристики успешного человека (китайские студенты)

Возрастная группа	18-21 лет (18 чел.)	22-25 лет (30 чел.)	25-27 лет (34 чел.)
1	Имеющий высокое качество жизни (32%)	Имеющий высокое качество жизни (38%)	Имеющий высокое качество жизни (34%)
2	Достижения (24%)	Достижения (19%)	Здоровье (28%)
3	Здоровье (23%)	Саморазвитие (16%)	Саморазвитие (20%)
4	Саморазвитие (12%)	Здоровье (14%)	Честность (12%)
5	Социальный статус (9%)	Честность (13%)	Социальный статус (6%)

Так, для российских студентов «успешный человек» – это, прежде всего, человек, достигший внушительного финансового состояния, при этом российские студенты, давая характеристику «успешному человеку», в большинстве своем используют прилагательные «обеспеченный», «богатый», «состоятельный», «финансово независимый» и пр., подчеркивая наличие денег. Российские студенты категоричны в своем мнении о роли везения в становлении «успешным человеком»: без везения таковым стать невозможно. При этом необходимость трудиться российские студенты не отрицают. Мнение российских студентов о том, что главное и что сопровождает процесс «успешности», разделилось приблизительно поровну: приблизительно 53% опрошенных полагают, что стать «успешным» помогает везение, выбрав на вопрос: «Как Вы полагаете, "успешность" – результат упорного труда или везения?» – ответ: «Упорный труд и везение», а 47% убеждены, что это результат «везения и упорного труда».

«Успешный человек», считают российские студенты, – это чаще всего мужчина, что, вероятно, можно объяснить восприятием мужчины как основного «добытчика» в семье (67%). В то же самое время 24% опрошенных считают, что женщины также могут быть успешны, при этом абсолютное большинство опрошенных российских студентов (98%) убеждены, что «успешность» по отношению к мужчине и к женщине предполагает учет разных критериев.

Не каждая профессия, по мнению российских студентов (78%), предполагает возможность для человека стать успешным, сегодня в России основные сферы занятости «успешных людей» – бизнес, IT-сфера, юриспруденция, государственная служба. 19% российских студентов считают, что сфера занятости «успешных людей» может быть «любой» (из ответов респондентов), 3% затруднились ответить на вопрос.

Отвечая на вопрос, с чем ассоциируется у них понятие «успешный человек», приблизительно 1/3 российских респондентов (29%) выбрала «независимость» (35%) и «безопасность» (27%). Для китайских студентов эти понятия, как показывает опрос, не ассоциируются в образом «успешного человека» и «успеха».

Критерий «признание» также не привлек внимание респондентов (7%), в то же самое время все респонденты, в т. ч. и китайцы, на вопрос: «Пользуется ли "успешный человек" уважением?» – ответили утвердительно (100%).

Критерий «образование» как основу «успешности» выбрали 12% российских студентов, а «социальные контакты» – 78%. Таким образом, можно сделать вывод о том, что «контактам» россияне «до-

веряют» гораздо больше, чем рассчитывают на свои силы.

«Успешность» признается российскими студентами ценностью (98%), «успешный человек» пользуется в обществе уважением (98%). Большинство российских респондентов выразили желание стать «успешными людьми» в будущем (89%), отметив при этом, что «успешность» опосредована определенным опытом, как житейским, так и профессиональным. Таким образом, российские студенты считают, что «успешность» коррелирует с категорией «возраст».

Для китайских студентов «успешный человек» – это также, прежде всего, обеспеченный человек, однако, описывая благосостояние «успешного человека», китайские студенты в большинстве своем (96%) используют словосочетание «имеющий высокое качество жизни», подчеркивая тот факт, что «успешный человек» не только зарабатывает деньги, но и ставит своей первоочередной целью обеспечить комфорт себе и своим близким.

Как и российские студенты, абсолютно большинство опрошенных китайских учащихся считают, что мужская и женская «успешность» различается, поскольку «у мужчин и женщин разные социальные функции в обществе» (из ответа китайского студента). Как и в случае с российскими студентами, большинство студентов-китайцев мужского пола отметили «карьеру» и «достижения» при описании «успешного человека», в то время как российские и китайские студентки выбрали критерии «дети» и «семья».

По мнению китайских студентов, «успешность» человека в целом не зависит от его сферы деятельности, хотя в некоторых сферах достичь «успеха» оказывается легче (преподавательская деятельность, медицина, право, творческие специальности). Большинство китайских студентов в качестве неотъемлемого условия «успешности» указали «честность» (99%), «здоровье» (96%) и «гармонию» (67%). Показательно, что никто из российских студентов не рассматривает «честность» и «гармонию» в качестве условия быть «успешным». Критерий «здоровье» возникает у российских студентов в ответе только одного принявшего участие в опросе (т. е. 1%). В то же самое время китайские студенты не обратили должного внимание на такой критерий «успешности» как «социальные связи» (его отметили всего 6%).

Ни российские, ни китайские студенты не отметили «эмпатию» и «традиции» как необходимые условия на пути к «успешности».

Почти все опрошенные имеют среди своих знакомых и друзей примеры «успешных людей» (99%). Отвечая на вопросы об успешности своих родителей, российские и китайские студенты в большинстве своем оценили своих родителей как «успешных людей» (84%) или как «скорее успешных людей» (12%), и только 4% выбрали ответ «затрудняюсь ответить».

Заслуживает внимания и уважения то, что и российские, и китайские студенты высоко оценивают свой потенциал и не только хотят быть «успешными людьми», но и считают, что смогут реализовать свое желание.

Выводы

Как показал опрос, выдвинутая нами гипотеза о зависимости восприятия категории «успех» в национальных обще-

ствах от культурно-национальных особенностей нашла подтверждение. И в современном российском обществе, и в современном китайском обществе категория «успех» приобретает все большое значение и воспринимается как одна из базовых ценностей, обладающая символической властью.

В то же самое время наблюдается ряд различий в восприятии «успешного человека» в двух культурах – российской и китайской. Полученные в ходе социологического опроса данные позволили сделать следующие выводы. Китайские студенты в большинстве своем ориентируются не столько на мнение окружающих в оценке себя и других, сколько на собственные ощущения, при этом отмечая, что залогом «успешности» должна выступать «честность». В этом отношении они оказались более самостоятельными и независимыми от общественного мнения, нежели российские студенты, которые чаще ориентируются на общественное мнение.

Список литературы

1. Коллективное «мы» или индивидуальное «я»: какую социализацию выбираем? / А. П. Абрамов, А. В. Ермаков, А. С. Чернов, Цзэ Лю // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 1. С. 176–186.

2. Влияние переходных социокультурных структур на социальные качества человека / Н. Ф. Наумова, В. П. Горяинов, Е. А. Богомолова [и др.]. М., 1990. 110 с.

3. Каминский А. С. Ценности и ценностные ориентации как социологическая категория // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования. 2015. Т. 3. С. 87-90.

4. Коблева З. Х. Особенности ценностных установок в системе преемственности поколений в современном обществе // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2022. Т. 12, № 1. С. 182–192.

5. Минасян Л. А. Глобализм и новые ценности: Что есть понятие ценности и существуют ли новые ценности // Альтернативные модели глобализации и проблемы современной глобальной динамики / под ред. А. У. Альбекова, Г. Г. Матишова, А. М. Старостина. Ростов-на-Дону: Ростовский государственный экономический университет, 2018. С. 156–162.

6. Минков М., Соколов Б., Ломакин И. Эволюция модели культурных измерений Хофстеде: параллели между объективной и субъективной культурой // Социологическое обозрение. 2023 Т. 22, № 3. С. 287–317.

7. Науменко Т. В., Морозова Д. А. Теория межкультурных измерений Г. Хофстеде как методологическая основа исследования современных социальных процессов // Международный журнал исследований культуры. 2018. № 1. С. 144–154.

8. Fog A. A Test of the Reproducibility of the Clustering of Cultural Variables // Cross-Cultural Research. 2021. Vol. 55, N 1. P. 29–57.

9. Fog A. Two-Dimensional Models of Cultural Differences: Statistical and Theoretical Analysis // Cross-Cultural Research. 2023. Vol. 57, N 2-3. P. 115-165.

10. Динамика ценностей и модернизация: опыт количественного анализа / Ю. В. Зинькина, Е. В. Слинько, Д. А. Быканова, А. В. Коротаев // Журнал социологии и социальной антропологии. 2018. Т. 21, № 1. С. 44–72.

11. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия / под ред. Ю. Кузнецова. М.: Новое издательство, 2011. 462 с.

12. Латова Н. В. Культурная специфика россиян (этнометрический анализ на основе концепции Г. Хофстеде) // Вестник института социологии. 2016. Т. 7, № 4. С. 155–179.

13. Шварц Ш. Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2008. Т. 5, № 2. С. 37–67.

14. The Weight of Culture: Societal Individualism and Flexibility Explain Large Global Variations in Obesity / P. Akaliyski, M. Minkov, J. Li, M. H. Bond, S. Gehrig // Social Science & Medicine. 2022. Vol. 307. P. 115-167.

15. Beugelsdijk S., Welzel C. Dimensions and Dynamics of National Culture: Synthesizing Hofstede with Inglehart // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2018. Vol. 49, N 10. P. 1469–1505.

16. Parsons T. Social structure and personality. New York: Free Press of Glencoe, 1964. 376 p.

17. Parsons T. Social systems and the evolution of action theory. New York: Free Press, 1977. 429 p.

18. Ивин А. А. Современная аксиология: Некоторые актуальные проблемы // Философский журнал. 2010. № 1(4). С. 66–78.

19. Паршина Н. В. Человеческий капитал: сущность, содержание, особенности // Мир современной науки. 2013. № 3 (18). С. 65–71.

20. Бурдье П. Практический смысл. СПб.: Алетейя, 2001. 562 с.

21. Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills, CA: Sage, 1980. 475 p.

22. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind. London: McGraw-Hill, 1991. 279 p.

References

1. Abramov A.P., Ermakov A.V., Chernov A.S., Czje Lju. Collective «we» or individual «I»: which socialization do we choose? *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2021;11(1):176–186. (In Russ.)

2. Naumova N.F., Gorjainov V.P., Bogomolova E.A. (eds.) The influence of transitional socio-cultural structures on human social qualities. Moscow; 1990. 110 p. (In Russ.)

3. Kaminskij A.S. Values and value orientations as a sociological category. *Aktual'nye problemy sovremennoj nauki, tehniki i obrazovanija = Actual Problems of Modern Science, Technology and Education*. 2015;3:87-90. (In Russ.)

4. Kobleva Z.H. Features of value attitudes in the system of succession of generations in modern society. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika.*

Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2022;12(1):182–192. (In Russ.)

5. Minasjan L.A. Globalism and new values: What is the concept of value and whether there are new values. In: Al'bekova A.U., Matishova G.G., Starostina A.M. (eds.) Alternative models of globalization and problems of modern global dynamics. Rostov-na-Donu: Rostovskii gosudarstvennyi ekonomicheskii universitet; 2018. P. 156–162. (In Russ.)

6. Minkov M., Sokolov B., Lomakin I. Globalism and new values: What is the concept of value and whether there are new values. *Sociologicheskoe obozrenie = Sociological Review*. 2023;22(3):287–317. (In Russ.)

7. Naumenko T.V., Morozova D.A. The theory of intercultural dimensions by G. Hofstede as a methodological basis for the study of modern social processes. *Mezhdunarodnyj zhurnal issledovanij kul'tury = International Journal of Cultural Studies*. 2018;(1):144–154. (In Russ.)

8. Fog A.A Test of the Reproducibility of the Clustering of Cultural Variables. *Cross-Cultural Research*. 2021;55(1):29–57.

9. Fog A. Two-Dimensional Models of Cultural Differences: Statistical and Theoretical Analysis. *Cross-Cultural Research*. 2023;57(2-3):115-165.

10. Zin'kina Ju.V., Slin'ko E.V., Bykanova D.A., Korotaev A.V. Dynamics of values and modernization: the experience of quantitative analysis. *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii = Journal of Sociology and Social Anthropology*. 2018;21(1):44–72. (In Russ.)

11. Inglhart R., Vel'cel' K. Modernization, cultural changes and democracy. Moscow: Novoe izdatel'stvo; 2011. 462 p. (In Russ.)

12. Latova N.V. Cultural specificity of Russians (ethnometric analysis based on the concept of G. Hofstede). *Vestnik instituta sociologii = Bulletin of the Institute of Sociology*. 2016;7(4):155–179. (In Russ.)

13. Shvarc Sh. Cultural value orientations: the nature and consequences of national differences. *Psihologija. Zhurnal Vysshej shkoly jekonomiki = Psychology. Journal of the Higher School of Economics*. 2008;5(2):37–67. (In Russ.)

14. Akaliyski P., Minkov M., Li J., Bond M.H., Gehrig S. The Weight of Culture: Societal Individualism and Flexibility Explain Large Global Variations in Obesity. *Social Science & Medicine*. 2022;307:115-167.

15. Beugelsdijk S., Welzel C. Dimensions and Dynamics of National Culture: Synthesizing Hofstede with Inglehart. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 2018;49(10):1469–1505.

16. Parsons T. Social structure and personality. New York: Free Press of Glencoe; 1964. 376 p.

17. Parsons T. Social systems and the evolution of action theory. New York: Free Press; 1977. 429 p.

18. Ivin A.A. Modern axiology: Some actual problems. *Filosofskij zhurnal = Philosophical Journal*. 2010;(1):66–78. (In Russ.)

19. Parshina N.V. Human capital: essence, content, features. *Mir sovremennoj nauki = The World of Modern Science*. 2013;(3):65–71. (In Russ.)

20. Burd'e P. Practical meaning. St. Petersburg: Aletejja; 2001. 562 p. (In Russ.)

21. Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills, CA: Sage; 1980. 475 p.

22. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind. London: McGraw-Hill; 1991. 279 p.

Информация об авторе / Information about the Author

Раренко Андрей Алексеевич, младший научный сотрудник отдела социологии и социальной психологии, Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук, г. Москва, Российская Федерация,
e-mail: rarenco@rambler.ru,
Researcher ID: GLR-3850-2022,
ORCID: 0000-0001-5437-505X

Andrey A. Rarenko, Researcher Assistant of the Department of Sociology and Social Psychology, Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russian Federation,
e-mail: rarenco@rambler.ru,
Researcher ID: GLR-3850-2022,
ORCID: 0000-0001-5437-505X