

# Культурные и религиозные ценности населения Беларуси в 2018 году\*

Дарья Урбан\*\*

## Резюме

В работе представлен анализ культурных и религиозных ценностей населения, основанный на данных республиканского опроса. Рассматриваются такие вопросы как представление населения о должном, интенсивность потребления продуктов культуры, восприятие страны, отношение к белорусскому языку, отношение к науке, уровень религиозности и другие.

*Ключевые слова:* Беларусь, ценности, экономические ценности, мотивация, работа.

*Классификация JEL:* Z13

## Содержание

1. Введение .....	2
2. Методология проведения исследования .....	2
3. Культура и национальная идея .....	5
4. Религиозные ценности .....	19
Заключение .....	23
Литература .....	24
Приложение .....	25

## Рабочий материал Исследовательского центра ИПМ WP/19/02



Исследовательский  
Центр ИПМ



Проект финансируется  
Европейским Союзом

ул. Захарова 50 Б, 220088, г. Минск, Беларусь  
тел./факс: +375 (17) 210 0105  
веб-сайт: <http://research.by/>  
e-mail: [research@research.by](mailto:research@research.by)

© 2019 Исследовательский центр ИПМ

Позиция, представленная в настоящем документе, отражает исключительно точку зрения автора и может не совпадать с позицией организаций, которые он представляет, а также ни в какой мере не может рассматриваться как позиция Европейского союза.

\* Работа подготовлена в рамках проекта международной технической помощи «Развитие «Кастрычніцкага эканамічнага форуму» – площадки для открытого диалога о возможных направлениях экономических реформ для Беларуси – для более эффективного и вовлеченного гражданского участия в процессе принятия решений по вопросам экономической политики на национальном и местном уровнях».

\*\* Дарья Урбан – социолог Исследовательского центра ИПМ. E-mail: [urban@research.by](mailto:urban@research.by)

## 1. ВВЕДЕНИЕ

Современное общество является в высокой степени динамичной структурой. Изменения происходят постоянно и очень быстро. В результате в обществе возникают разрывы между поколениями, появляются конфронтационные группы, выделяются обособленные сообщества и так далее. Каждый из этих процессов напрямую связан с различиями в ценностных структурах людей. Существует большое количество междисциплинарных интерпретаций понятия ценности. В данной работе ценности рассматриваются как:

1. Базовый набор мотиваций. Эти мотивации неосознанно принимаются людьми как данность, но оказывают существенное влияние на принятие решений, совершение выбора, выстраивание отношений с другими и определение моделей поведения.
2. Значимые нормы. Ценности в том числе обладают ограничивающим воздействием и не позволяют людям совершать те или иные действия. Некоторые внутренние запреты могут быть нарушены в зависимости от степени их значимости и ситуации.

Неосознанность ценностей вовсе не означает невозможность рефлексии. Она скорее характеризует способы быстрого принятия решений. То есть нам не нужно каждый раз задумываться, важен или не важен для нас именно такой, а не иной выбор, устраивают ли нас последствия действий. Это для нас само собой разумеется. Но ценности имеют не только личностное значение. Общность ценностей в группах людей определяет вектор их деятельности, способствует развитию или регрессу общества в целом. Значимость тех или иных ценностей определяет наши жизненные приоритеты.

При этом ценности могут подвергаться изменениям и внешнему влиянию. Формирование и изменение ценностей происходит под влиянием различных факторов на разных уровнях. На микроуровне ценности формируются под влиянием психических и психологических особенностей человека, а также воспитания и ближайшего окружения. Для того, чтобы являться полноправным участником некоторой социальной группы, нужно в значительной степени разделять картину мира этой группы. На макроуровне на формирование ценностей оказывают влияние более глобальные социальные институты, например, культура, религия, политика и экономика.

Таким образом, общие системы ценностей с одной стороны обеспечивают гомогенность и устойчивость социальных групп, культур и субкультур, а с другой стороны, поддерживают разнообразие взглядов идей, моделей поведения и так далее. Это важно для самоидентификации людей и определения «своих» и «чужих/других».

В этой работе ценности рассматриваются именно с этих позиций. Во-первых, как базовые мотивации людей, во-вторых, как элемент, формирующий общности и социальные группы. Основной целью работы является описание структуры ценностей населения Беларуси. Понимание того, чем люди мотивируются, как принимают решения различной степени важности и в какие социальные группы объединяются, является необходимым условием развития государства, экономики и общества в целом. Исследование призвано показать сильные и слабые стороны различных групп населения и выявить доминантные представления по широкому спектру вопросов.

Исследование основано на методологии анализа культурных кодов Клода Рапаяя, а также методологии Всемирного исследования ценностей<sup>1</sup>.

## 2. МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование ценностей населения Беларуси проводилось Исследовательским центром ИПМ в апреле-мае 2018 года. Целью исследования было описание актуальных ценностных структур

---

<sup>1</sup> См. World values survey – <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>.

белорусского общества. Для получения максимально полной картины был разработан опросник с учётом предыдущего опыта национальных и международных опросов. Каждый блок задач подразумевал изучение различий во мнениях людей из разных социальных групп, которые определяются в зависимости от условно постоянных и переменных факторов, например от пола, возраста, места жительства и так далее. Основной целью этой работы является рассмотрение культурных и религиозных ценностей.

1. Культура и национальная идея:

- Изучить моральные установки населения Беларуси.
- Выявить степень вовлеченности населения в культурную жизнь страны и определить основные каналы и способы потребления продуктов культуры.
- Определить основные индикативные ассоциации к словам, связанным с культурой и национальной идеей.
- Определить отношение населения к национальному языку.
- Изучить, насколько жители Беларуси гордятся своей страной.
- Изучить отношение белорусов к науке.

2. Религиозные ценности:

- Оценить уровень религиозности и веры населения Беларуси.
- Определить роль веры и религии в жизни людей.

Для достижения цели исследования в качестве инструмента сбора информации был выбран раздаточный опрос населения Беларуси. Выборочная совокупность формировалась с учётом следующих критериев: пол, возраст, регион проживания, тип местности проживания (город / село) согласно структуре генеральной совокупности. Достигнутый объем выборочной совокупности составил 1016 единиц. В структуре выборочной совокупности представлено 45.1% мужчин и 54.9% женщин. Распределение по полу и возрасту представлено в таблице 1.

**Таблица 1. Распределение по полу и возрасту**

	Мужчины	Женщины
18-29 лет	49.1	50.9
30-44 лет	47.6	52.4
45-60 лет	43.5	56.5
Старше 61 года	37.1	62.9
<b>Всего</b>	<b>45.1</b>	<b>54.9</b>

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

При составлении выборочной совокупности учитывалось требование соблюдения репрезентативности по регионам Беларуси. Опрос проводился раздаточным методом по месту жительства респондентов. Структура выборочной совокупности по регионам и типам местности, в которой проживают респонденты представлена в таблице 2.

**Таблица 2. Распределение по областям и типу местности**

	Городская местность	Сельская местность	Доля в выборке
Брестская область	69.9	30.1	14.4
Витебская область	74.4	25.6	12.3
Гомельская область	76.4	23.6	15.5
Гродненская область	68.4	31.6	9.4
Минская область	51.9	48.1	12.7
Могилевская область	76.2	23.8	9.9
Минск	100.0	–	25.9
<b>Всего</b>	<b>77.5</b>	<b>22.5</b>	<b>100.0</b>

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Из всех опрошенных 98.7% являются гражданами Беларуси. При этом родились в Беларуси 92.4% респондентов (см. таблицу 3). Этот параметр является классифицирующим, но

его важно учитывать при рассмотрении ответов на открытые вопросы, поскольку страна рождения во многом объясняет специфику ассоциативных рядов некоторых респондентов (см. далее).

**Таблица 3. Страна рождения**

	Количество	%
Беларусь	939	92.4
Россия	43	4.2
Украина	19	1.9
Другие страны СНГ	4	0.4
Страны западной Европы	3	0.3
Страны Восточной Европы, Балтии	2	0.2
Другое	6	0.6
<b>Всего</b>	<b>1016</b>	<b>100.0</b>

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Одним из важнейших критериев сравнения и изучения различий является доход. В этом исследовании применялась двойственная оценка дохода населения через абсолютные показатели и субъективную оценку респондентами их дохода. Интервалы доходов составлены исходя из предыдущих исследований<sup>2</sup>. Уровень дохода до 350 белорусских рублей на одного человека в семье определяется как низкий, высокий доход составляет от 2000 белорусских рублей (см. таблицу 4).

**Таблица 4. Совокупный средний доход семьи в месяц на человека**

	Количество	%
До 350 рублей	331	32.6
От 350 до 500 рублей	198	19.5
От 500 до 750 рублей	97	9.5
От 750 до 2000 рублей	31	3.1
От 2000 рублей	7	0.7
Не хочу отвечать	352	34.6
<b>Всего</b>	<b>1016</b>	<b>100.0</b>

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

По различным причинам прямые вопросы о доходе часто вызывают нежелание отвечать. Поэтому дополнительно в анкете был задан вопрос о уровне дохода в зависимости от того, что семья может себе позволить на заработанные деньги (таблица 5). Здесь как низкий доход оцениваются первые две категории, а как высокий – две последние.

**Таблица 5. На что хватает дохода семьи**

	Количество	%
Нам не всегда достаточно денег даже на еду	33	3.2
У нас хватает денег на еду, но покупка одежды вызывает затруднения	202	19.9
Нам хватает денег на еду и одежду, но купить телевизор, холодильник или стиральную машину нам будет сложно	401	39.5
Мы можем купить основную бытовую технику, но на автомобиль нам не хватит	121	11.9
Мы можем при желании купить автомобиль, но наших средств не хватит на покупку квартиры или дома	29	2.9
При необходимости мы можем купить квартиру или дом	6	0.6
Не хочу отвечать	224	22.0
<b>Всего</b>	<b>1016</b>	<b>100.0</b>

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

<sup>2</sup> См. Черенкевич (2015), Применение моделей потребительского спроса для оценки численности и характеристик среднего класса: случай Беларуси, рабочий материал Исследовательского центра ИПМ, WP/15/01

Уровень образования не всегда рассматривается как классифицирующий фактор, однако учитывается в некоторых видах анализа. Это объясняется тем, что формальный уровень образования в Беларуси часто отличается от фактического. Кроме того, опыт предыдущих исследований показывает, что в этой ситуации куда большее значение для формирования картины мира и ценностных установок в Беларуси играет вид деятельности. Например, люди, имеющие собственный бизнес, имеют отличные от остальных взгляды, несмотря на совпадение уровня образования.

Таблица 6. Уровень образования

	Количество	%
Начальное, незаконченное среднее	3	0.3
Общее среднее	159	15.8
Среднее специальное	441	43.7
Незаконченное высшее	58	5.7
Высшее	343	34.0
Научная степень/звание	5	0.5
<b>Всего</b>	<b>1009</b>	<b>100.0</b>

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Вся дальнейшая аналитика различий по группам осуществляется по указанным критериям. Поскольку требования репрезентативности соблюдаются полностью, выводы исследования могут быть распространены на всю генеральную совокупность.

### 3. КУЛЬТУРА И НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕЯ

При изучении ценностных структур невозможно обойтись без изучения культурологической их составляющей. Ценности и культура связаны неразрывно и напрямую через преемственность. И ценностные структуры, и культуры постоянно изменяются и развиваются, но развитие это происходит достаточно медленно и основывается на принципе преемственности. Предыдущий опыт и достижения передаются из поколения в поколение и формируют дискурсивное поле. Здесь же ценности выполняют важнейшую функцию объединения с сообщества и определения границ «мы» – «другие». Национальная идея зачастую определяется через сравнение своего «мы» с «другими» и выделением отличий и сходств. Эти сравнения могут производиться в любых сферах жизни людей и в том числе в культуре.

Культура настолько обширный феномен, что для её изучения потребуется не одно исследование. Поэтому здесь представлен лишь узкий аспект изучения культурных ценностей. Культурные ценности во многом основаны всё на том же принципе преемственности и традициях. Но при этом именно они могут изменяться со значительной динамикой. В современную эпоху мультикультурализма многие традиционные культурные ценности разных стран так переплелись и интегрировались, что уже не являются критериями выделения себя в обособленную группу.

Формирование культурного поля происходит не только через передачу знаний и опыта предыдущих поколений, но и за счёт производства новых предметов культуры. Чем шире разнообразие каналов, по которым человек получает информацию, тем шире его кругозор, тем разнообразнее его мировоззрение, тем полнее он понимает специфику группы, с которой он себя идентифицирует, и тем точнее он может отличить эту группу от других. То есть, как правило, тем выше его уровень осознания и понимания собственной идентичности.

Для начала рассмотрим, какими моральными и этическими принципами руководствуются жители Беларуси. Чтобы их выявить, мы задали респондентам вопрос о том, что, по их мнению, заслуживает общественного порицания (Рис. 1). В контексте данной работы, что не допустимо для группы «мы». Это не означает, что перечисленные качества или поступки не будут встречаться в жизни или действительно порицаться открыто. Но то, как люди относятся к ним, показывает их представления о должном и недостойном.

**Рис. 1. Что заслуживает общественного порицания**



Источник: Исследовательский центр ИПМ.

По результатам опроса мы видим, что белорусы в целом склонны резко негативно оценивать большинство качеств и поступков, приведённых в списке. Более 90% населения считают, что публичного порицания заслуживают воровство, наркомания и домашнее насилие (если муж бьёт жену). Физические наказания детям осуждают 84% респондентов. Практически одинаково (на уровне 73%) осуждаются проституция, гомосексуализм и расизм. Самоубийство осуждают более половины населения. Наиболее общественно приемлемыми являются религиозность, сексуальные отношения до брака, развод и рождение детей вне брака.

**Рис. 2. Что заслуживает общественного порицания в зависимости от местности проживания**



Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Таблица 7. Интенсивность потребления продуктов культуры

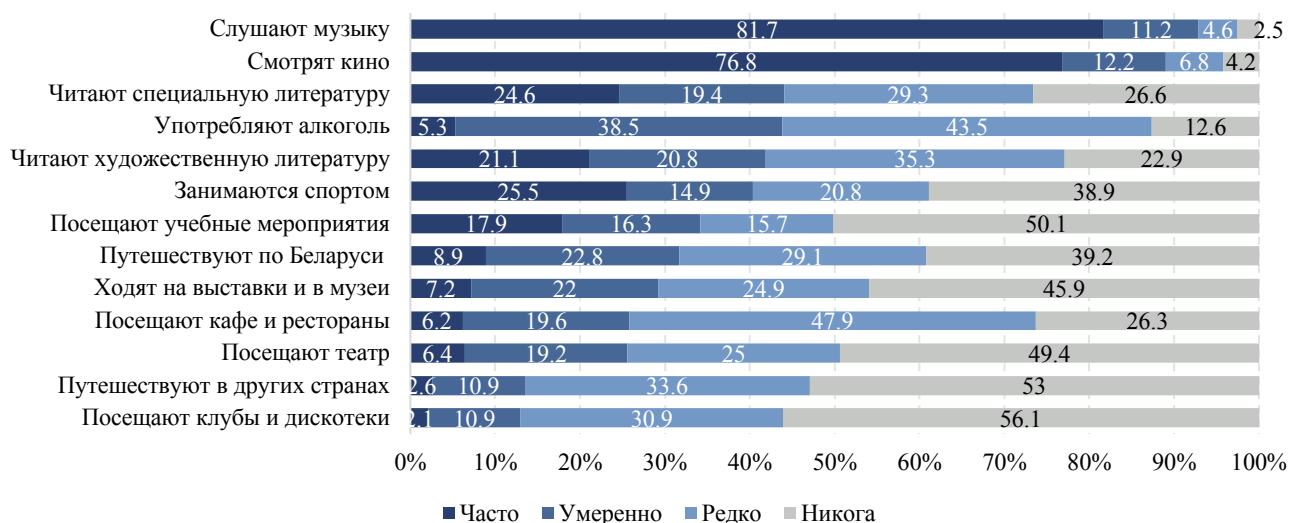
	Каждый день	Несколько раз в неделю	Несколько раз в месяц	Несколько раз в год	Раз в год	Никогда
Читают художественную литературу	7.3	13.8	20.8	21	14.3	22.9
Читают специальную литературу	7.9	16.7	19.4	16.9	12.4	26.6
Слушают музыку	50.1	31.6	11.2	3.5	1.1	2.5
Посещают театр	0.4	0.9	5.1	19.2	25.0	49.4
Смотрят кино	40.6	36.2	12.2	4.5	2.3	4.2
Ходят на выставки и музеи	0	1.4	5.8	22.0	24.9	45.9
Посещают учебные мероприятия	3.8	5.1	9.0	16.3	15.7	50.1
Занимаются спортом	8.4	17.1	14.9	11.8	9.0	38.9
Путешествуют по Беларуси	0.8	1.7	6.4	22.8	29.1	39.2
Путешествуют в других странах	0	0.3	2.3	10.9	33.6	53.0
Посещают кафе и рестораны	1.1	5.1	19.6	32	15.9	26.3
Посещают клубы и дискотеки	0.4	1.7	10.9	17.2	13.7	56.1
Употребляют алкоголь	0.7	4.6	38.5	36.7	6.8	12.6

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Существенных различий по полу и возрасту не наблюдается. Единственные вопросы, где они наблюдаются – это алкоголизм и разводы. В этих случаях женщины более категоричны, чем мужчины и чаще считают, что это заслуживает общественного порицания. Куда более яркие несовпадения во взглядах возникли среди жителей городской и сельской местности. На рисунке (Рис. 2) представлены различия средних значений (без учёта затруднившихся ответить). Чем ближе точка к краю, тем выше степень осуждения. Самые существенные различия наблюдаются в отношении к нелегальной иммиграции, гомосексуализму, расизму, проституции, разводам и самоубийствам. На основании этих данных мы видим, что жители села несколько более консервативны по сравнению с городскими жителями.

Культурные ценности не только передаются из поколения в поколение, но и приобретаются и изменяются в процессе всей жизни. На то, с какой это происходит скоростью и интенсивностью во многом влияет уровень индивидуальной заинтересованности людей в потреблении продуктов культуры. Чтобы определить, насколько население Беларуси вовлечено в «культурную жизнь» и насколько люди заинтересованы в различных сферах культурной жизни, был задан вопрос о том, как они проводят свободное время (Таблица 7).

Рис. 3. Интенсивность потребления продуктов культуры



Источник: Исследовательский центр ИПМ.



Для того, чтобы придать ответам единообразие, экспертным путём частота из абсолютной была переведена в относительную и категории были укрупнены (Рис. 3). Чаще всего белорусы слушают музыку и смотрят кино. Это одни из наиболее доступных и физически, и финансово продуктов культуры. Наименее популярными являются посещение клубов и дискотек и путешествия в других странах. В целом уровень вовлеченности населения в культурную жизнь можно оценить как средний или умеренный. Во многом такой уровень обеспечивается тем, что существенный процент населения никогда не посещает мероприятия, связанные с культурой.

**Рис. 4. Интенсивность потребления продуктов культуры в зависимости от возраста**



Источник: Исследовательский центр ИПМ.

В этом вопросе наблюдаются закономерные существенные различия между предпочтениями людей разных возрастов (Рис. 4). Здесь заметна общая тенденция некоторого снижения практически всех видов активности с повышением возраста. Стоит обратить внимание на то, что действительная активность поколений отличается от стереотипных представлений о них. Так например, поколение от 18 до 29 лет читает специальную литературу так же часто, как и поколение от 30 до 44 лет, и значительно чаще остальных занимается спортом, посещает кафе и рестораны, клубы и дискотеки, ходит на выставки и в музеи. Представители самого старшего поколения чаще всех остальных читают художественную литературу. В целом существенного разрыва между тремя старшими поколениями не наблюдается, а вот молодое поколение можно рассматривать как куда более активное.

Если говорить о различиях в зависимости от пола, то они являются статистически значимыми только по четырём пунктам: женщины существенно чаще, чем мужчины читают художественную литературу, посещают театр и ходят на выставки и в музеи, а мужчины чаще женщин употребляют алкоголь.

Поскольку многие из приведённых в изначальном списке активностей являются финансово затратными, важно проверить различия в уровне активности в зависимости от дохода (Рис. 5). Разумеется, людям с низким уровнем дохода сложнее позволить себе путешествия в других странах, но в то же время в списке есть существенное количество активностей, не предполагающих значительных финансовых расходов.

Здесь видно, что структура интересов и активности людей со средним доходом практически не отличается от структуры интересов людей с низким доходом. И в то же время люди с высоким уровнем дохода проявляют куда большую активность во всём, кроме прослушивания музыки, просмотра фильмов и употребления алкоголя. Вопрос о том, является ли высокий









Рис. 10. Ассоциации к слову «качество»



Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Много внимания уделяется полезности и сбалансированности еды. Для многих людей это не просто удовольствие и жизненная необходимость, но и правильное питание и здоровье. В то же время часто встречались упоминания вредной и химической пищи. При проведении фокус-групп многие респонденты упоминали, что еда и экология оказывают значительное влияние на здоровье населения и его качество жизни. Тут стоит обратить внимание на то, что еда сама по себе в основном не вызывает негативных ассоциаций и практически не связывается с лишним весом. Среди негативных ассоциаций встречались высказывания об утомительности процесса приготовления пищи, её дороговизне и уже упомянутом выше качестве продуктов.

Рис. 11. Ассоциации к слову «совершенство»



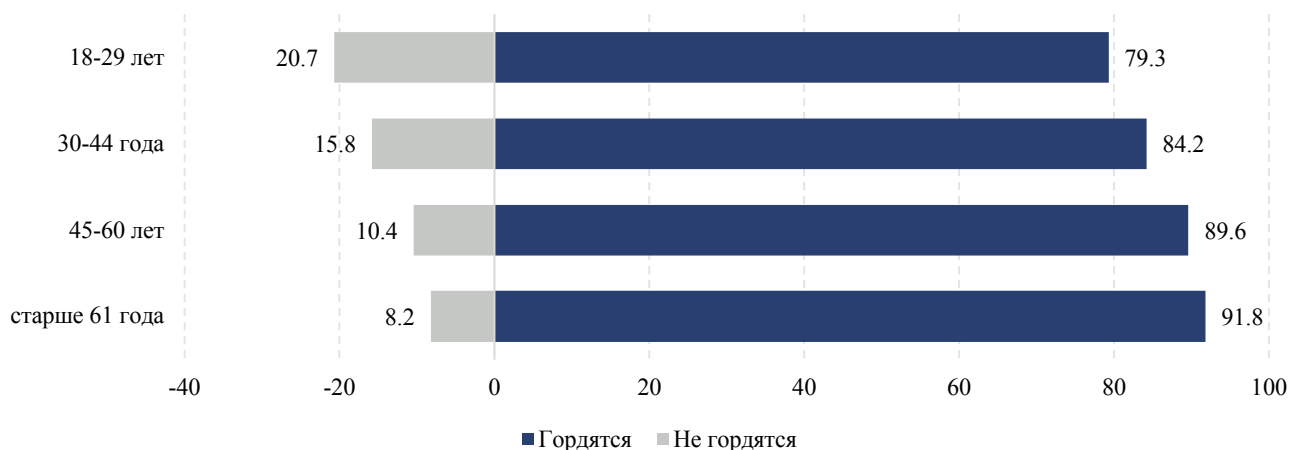
Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Качество также является одной из категорий, которые рассматриваются нами в контексте ценностных структур (Рис. 10). Отношение к качеству определяет подход к производству, бизнесу и является критерием выбора товаров и услуг. Наиболее частыми характеристиками качества материальных объектов для белорусов являются надёжность, дороговизна, красота и долговечность. Многие ассоциируют качество со стандартами. Объединённая позиция ГОСТ





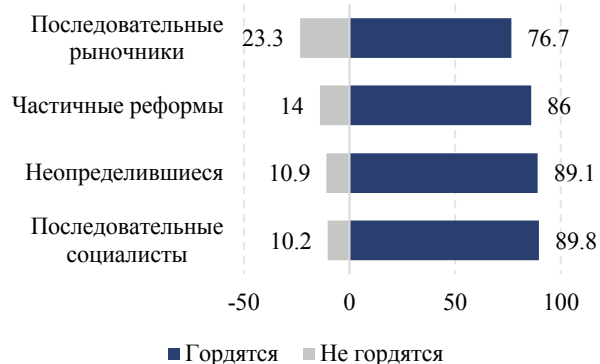
**Рис. 13. Гордятся ли респонденты Беларуси в зависимости от возраста**



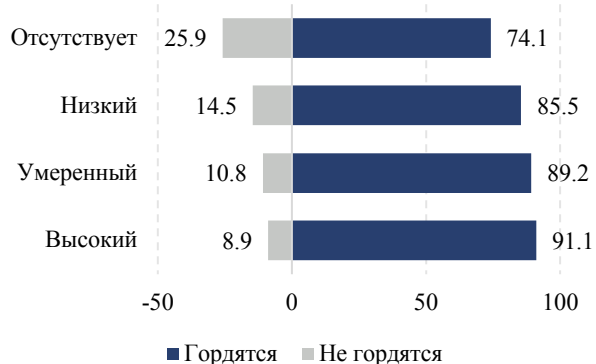
Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Страной гордятся 81.8% мужчин и 89.0% женщин. Говорить о действительно серьёзных различиях здесь нельзя, поскольку существенный вклад здесь вносит возраст (Рис. 13). Чем выше возраст респондентов, тем больше среди них тех, кто гордится Беларусью. Отсюда и различия мнений в зависимости от пола – в группах старшего возраста количество женщин существенно превышает количество мужчин. Достаточно тревожным симптомом является то, что с понижением возраста понижается и количество тех, кто испытывает гордость за страну. Пятая часть населения в возрасте от 18 до 29 лет не испытывает гордости к своей стране.

**Рис. 14. Гордятся ли респонденты Беларусью в зависимости от их системы экономических ценностей**



**Рис. 15. Гордятся ли респонденты Беларусью в зависимости от уровня государственного патернализма**



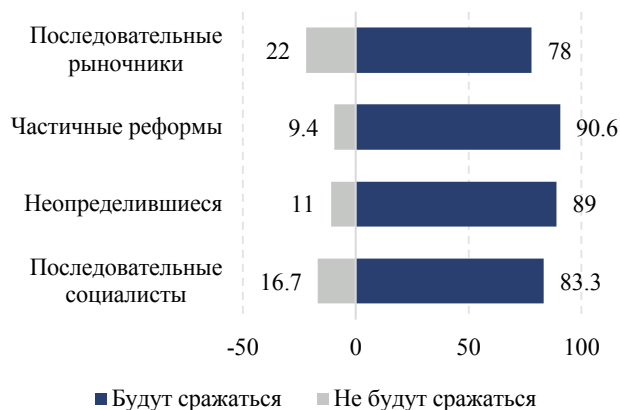
Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Уровень гордости страной связан с системой экономических ценностей людей (Рис. 14). И здесь мы видим, что люди с высоким уровнем государственного патернализма и люди, разделяющие ценности плановой экономики, куда больше гордятся Беларусью, чем приверженцы рыночных реформ. Аналогичная ситуация наблюдается и в зависимости от уровня государственного патернализма (Рис. 15). Это достаточно закономерно и может объясняться в первую очередь тем, что приверженцы рыночной экономики видят больше противоречий между их представлениями о должном и современной белорусской реальностью, что и заставляет их испытывать некоторое разочарование в происходящем.

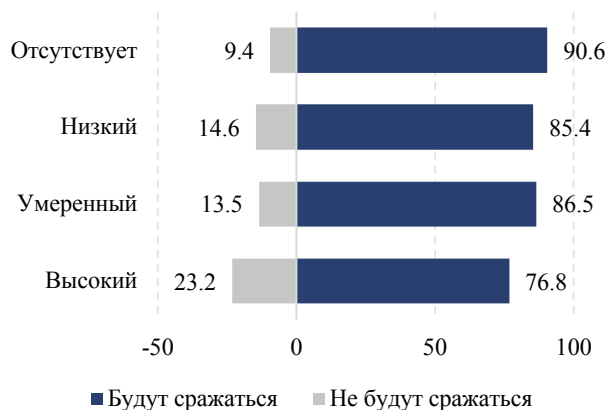
Превосходной степенью лояльного отношения к стране является готовность пожертвовать за неё своей жизнью. Уровень такой лояльности показывает количество людей, которые хотя бы гипотетически готовы сражаться за свою страну. Это количество практически совпадает с количеством тех, кто гордится страной и составляет 85.6%. В этом вопросе наблюдается

практически полное единодушие. Здесь нет различий в зависимости от пола, типа местности проживания, уровня дохода, также практически отсутствуют различия по возрастным группам (кроме самой старшей группы – там количество готовых сражаться за свою страну составляет 76.8%). Наиболее статистически значимыми являются различия в зависимости от системы экономических ценностей (Рис. 16) и уровня государственного патернализма (Рис. 17).

**Рис. 16. Будут ли респонденты сражаться за Беларусь, если случится война в зависимости от их системы экономических ценностей**



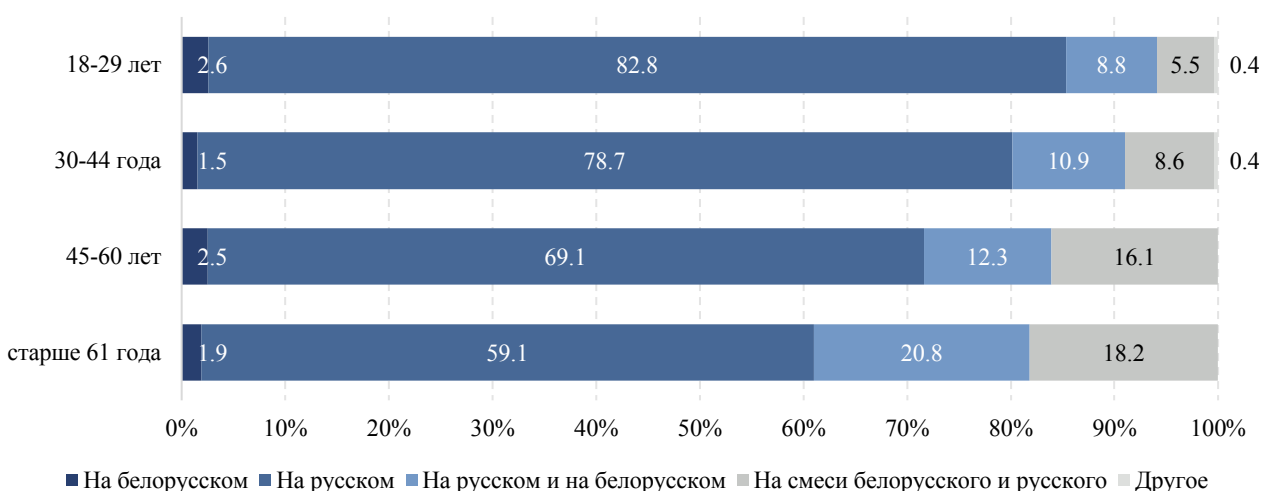
**Рис. 17. Будут ли респонденты сражаться за Беларусь, если случится война в зависимости от уровня государственного патернализма**



Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Менее всего готовы сражаться за страну, если случится война, люди, разделяющие ценности рыночной экономики. Но одновременно с этим менее всего готовы отдать свою жизнь люди с высокой степенью государственного патернализма. Такая закономерность наблюдается во всех возрастных группах. Это указывает в числе прочего на пониженный уровень социальной ответственности и перекладывание большинства обязанностей на государство или других людей. Однако доля тех, кто выражает низкий уровень лояльности к стране, является небольшой и в целом этот уровень является высоким.

**Рис. 18. На каком языке разговаривают дома в зависимости от возраста**



Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Составляющей частью национальной культуры является национальный язык. В Беларуси большинство населения говорит на русском языке. До данным опроса дома на русском языке разговаривают 73.7% населения, 2.2% говорят на белорусском, 12.3% - на русском и

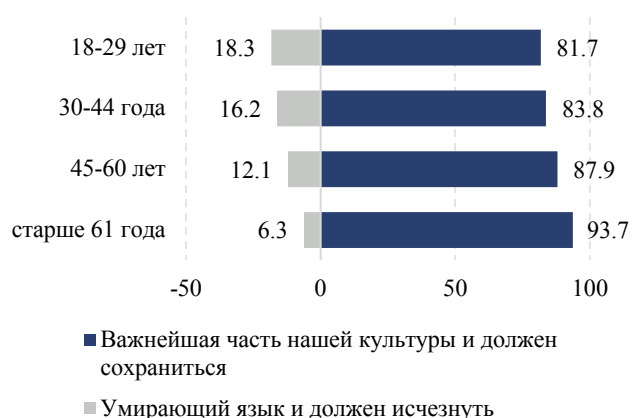


белорусском, 11.6% - на смеси русского и белорусского и на других языках говорят 0.2%. Существенные различия наблюдаются в зависимости от типа местности проживания и возраста респондентов (Рис. 18). На белорусском дома разговаривает 1% городского населения и 6.1% сельского населения, на русском – 76.4% городского населения и 64.6% сельского, на русском и белорусском – 10.2% городского населения и 19.7% сельского, на смеси русского и белорусского – 12.2% городского населения и 9.6% сельского.

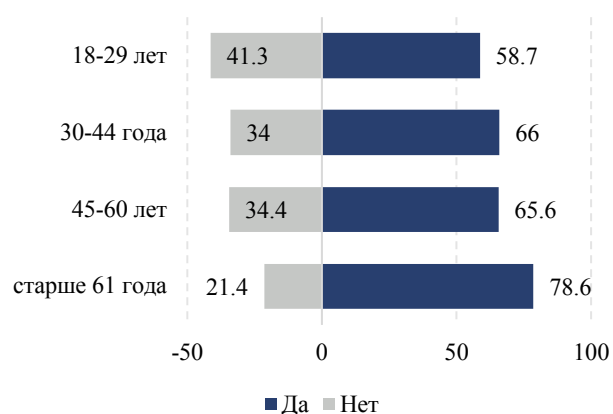
Среди младшей группы населения наиболее распространённым является русский язык. В этой же группе наибольшая доля тех, кто разговаривает дома по-белорусски и наименьшая доля тех, кто говорит на смеси языков. Наиболее распространена такая форма языка среди поколений от 45 лет.

Для того, чтобы оценить, как воспринимается язык было задано два вопроса. Во-первых, о том, хотели бы респонденты, чтобы их дети говорили на белорусском так же хорошо, как и на русском и видят ли они язык важной частью культуры или считают, что это умирающий язык и должен исчезнуть. Вопросы были заданы именно в таком порядке, чтобы не провоцировать социально желательных ответов. В итоге 86.1% респондентов считает, что белорусский язык – это важнейшая часть нашей культуры и должен сохраниться, но при этом только 65.9% респондентов хотят, чтобы их дети говорили на белорусском языке так же хорошо, как и на русском.

**Рис. 19. Восприятие белорусского языка как части культуры или как умирающего языка в зависимости от возраста**



**Рис. 20. Хотели бы респонденты, чтобы их дети говорили на белорусском так же хорошо, как и на русском в зависимости от возраста**



Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Мнение по этим вопросам в основном гомогенно распределяется во всех группах населения. Статистически значимые отличия наблюдаются только по возрастным группам (Рис. 19 и Рис. 20). Так старшее поколение куда лояльнее относится к белорусскому языку – более 90% людей старше 61 года считают белорусский язык важнейшей частью культуры и 78.6% хотят, чтобы их дети говорили на белорусском языке так же хорошо, как на русском. Обратная ситуация наблюдается в возрастной группе от 18 до 29 лет – там как важнейшую часть культуры белорусский язык рассматривают 81.7% населения и 58.7% хотят, чтобы их дети говорили по-белорусски так же хорошо, как по-русски. В целом уровень лояльности к белорусскому языку можно оценить как средний, поскольку именно вопрос о том, хотели бы респонденты, чтобы их дети говорили на белорусском языке, показывает их действительное отношение к нему.

Дополнительно в этой главе рассматривается отношение к науке. Оно выявляется через блок вопросов (Таблица 8). На основе этого блока вопросов был осуществлён иерархический кластерный анализ, который позволил сформировать две группы людей в зависимости от их

отношения к науке. В процессе кластеризации была исключена переменная «для моей повседневной жизни научные знания не нужны». Эта переменная анализируется отдельно.

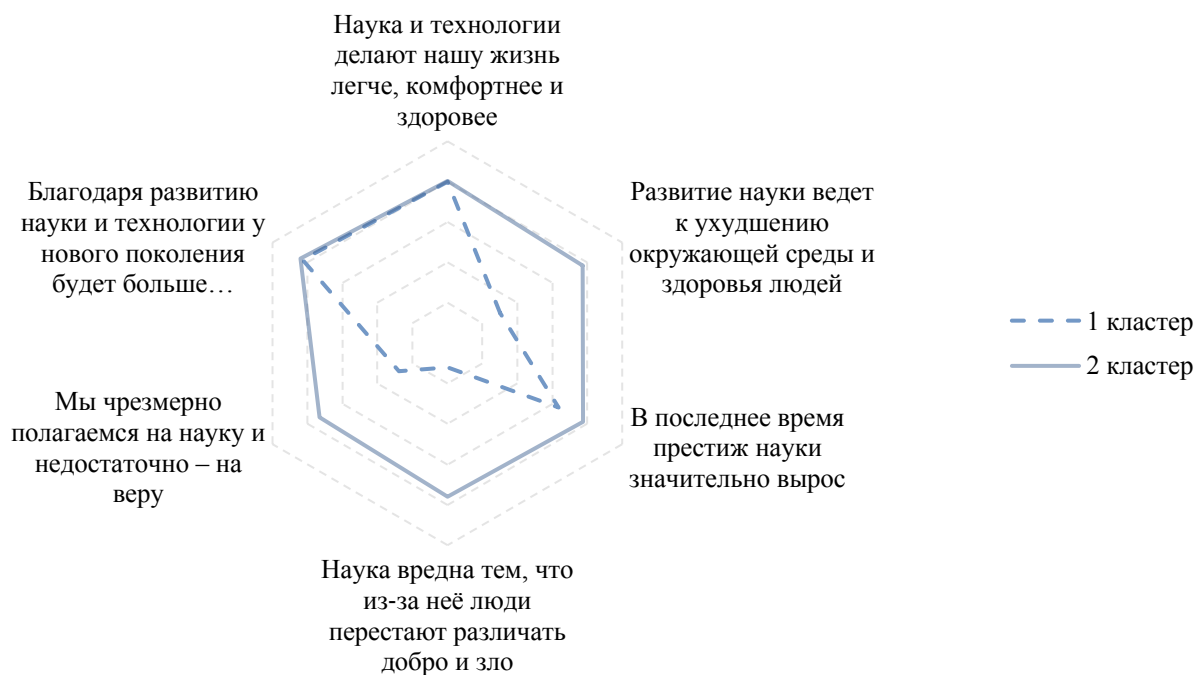
**Таблица 8. Отношение к науке**

	Полностью согласен	Скорее согласен	Скорее не согласен	Полностью не согласен	Затрудняюсь ответить
Наука и технологии делают нашу жизнь легче, комфортнее и здоровее	54.3	35.6	5.9	0.8	3.3
Благодаря развитию науки и технологии у нового поколения будет больше возможностей	60.4	31.3	4.6	0.8	2.9
Мы чрезмерно полагаемся на науку и недостаточно – на веру	19.4	30.1	28.1	11.9	10.5
Наука вредна тем, что из-за неё люди перестают различать добро и зло	18.5	21.2	32.4	16.9	11.0
Для моей повседневной жизни научные знания не нужны	9.6	21.9	34.4	28.1	5.8
В последнее время престиж науки значительно вырос	34.6	43.2	8.5	2.3	11.4
Развитие науки ведет к ухудшению окружающей среды и здоровья людей	21.9	30.7	25.1	9.8	12.5

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

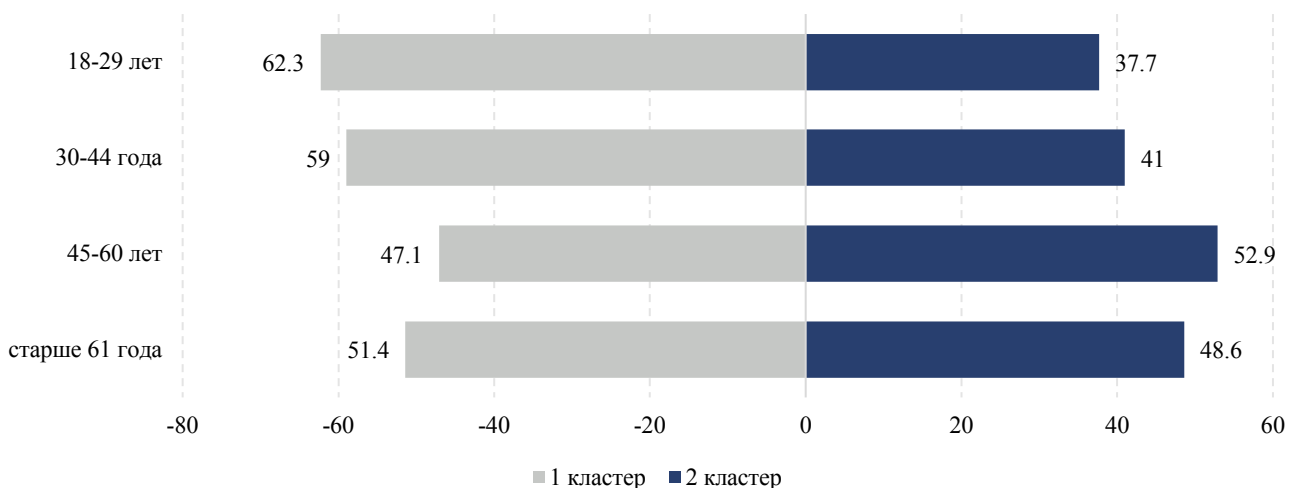
Анализ определил две группы людей в зависимости от их отношения к науке. В первый кластер попали сторонники развития научного знания, во второй – те, кто менее лоялен к нему (Рис. 21). Мнение представителей второго кластера на первый взгляд может показаться достаточно противоречивым. С одной стороны они признают, что наука и технологии делают нашу жизнь легче, комфортнее и здоровее, и видят, что развитие науки – это возможности для нового поколения, но с другой стороны они считают, что развитие науки ведёт к ухудшению экологии и здоровья, из-за неё люди перестают различать добро и зло и что мы чрезмерно полагаемся на науку и недостаточно – на веру. Но противоречия здесь нет, поскольку всё это не взаимоисключающие категории. Тем не менее уровень лояльности к науке во втором кластере куда ниже, чем в первом. Общая доля первого кластера составляет 54.9%, а второго – 45.1%.

**Рис. 21. Отношение к науке представителей двух кластеров**



Источник: Исследовательский центр ИПМ.

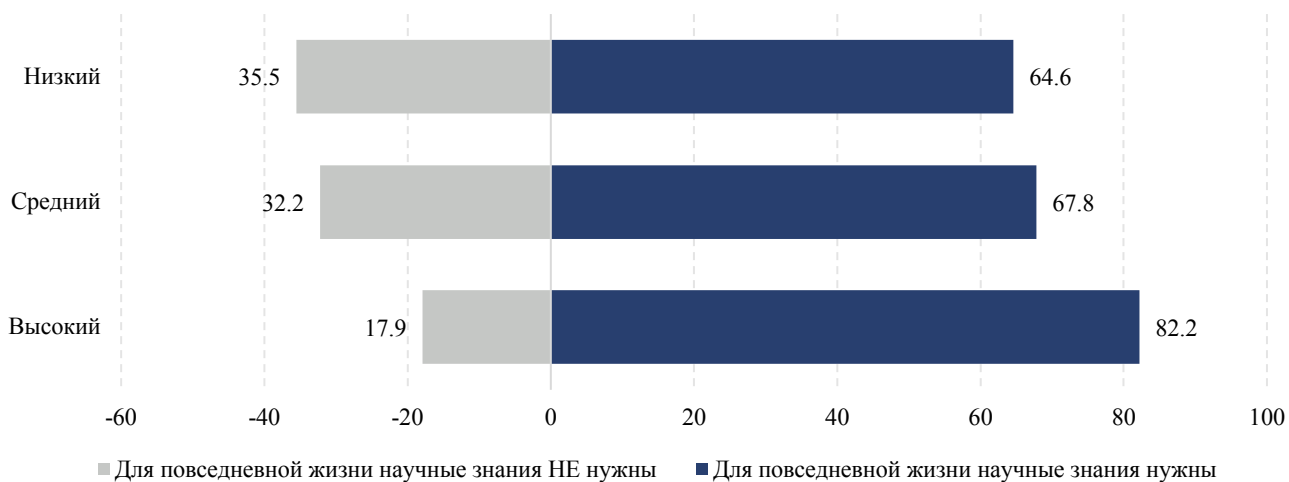
Рис. 22. Отношение к науке представителей двух кластеров в зависимости от возраста



Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Существенных различий по сравнительным критериям во взглядах в вопросе отношения к науке не наблюдается. Мнения мужчин и женщин отличаются несущественно – позицию первого кластера разделяют 59% мужчин и 51.8% женщин. А вот различия в зависимости от возраста куда более заметны (0). Наиболее лояльны к науке люди в возрасте от 18 до 29 лет, а наименее лояльны люди в возрасте от 45 до 60 лет. При этом представители всех возрастных групп примерно одинаково оценивают престиж науки, её пользу для жизни и для развития новых поколений.

Рис. 23. Прикладная ценность науки в зависимости от уровня дохода

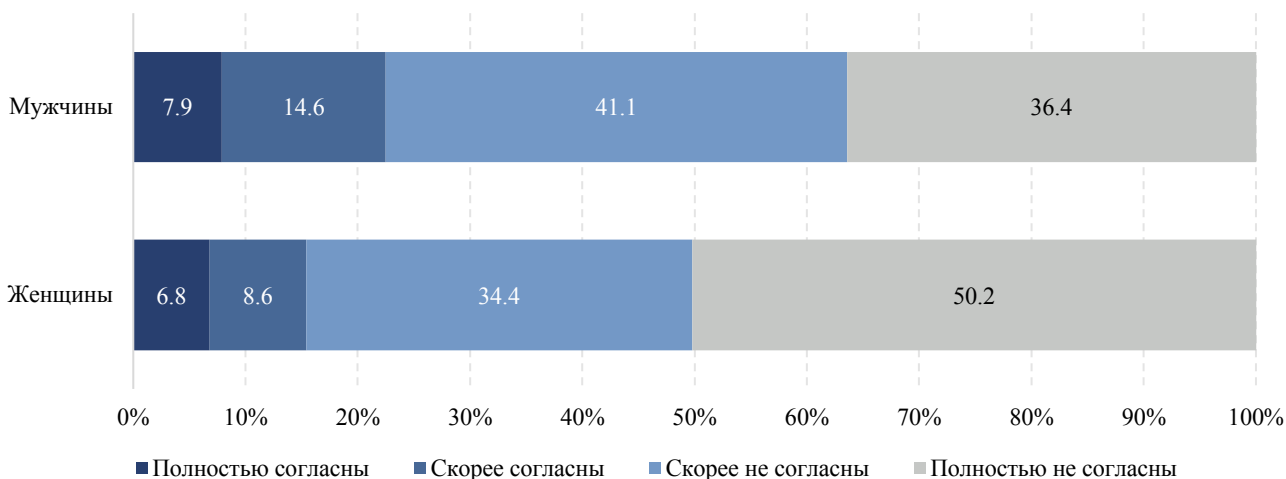


Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Вопрос о том, нужны ли научные знания в повседневной жизни, был задан для выявления прикладной ценности науки для людей. Представители обоих кластеров ответили на этот вопрос примерно одинаково. Существенные, но достаточно очевидные различия наблюдаются в зависимости от уровня образования – чем выше уровень образования, тем больше полезность научных знаний для респондента, и в зависимости от типа работы – для работников физического труда научные знания менее полезны, чем для тех, кто занимается умственным трудом. Аналогичная ситуация наблюдается для жителей городов и сельской местности – первые значительно выше ценят научные знания. Но все эти различия связаны в основном с различиями в образе жизни и спецификой профессий.

В то же время существуют различия восприятия научных знаний в зависимости от дохода (Рис. 23). Как уже отмечалось выше, люди с высоким доходом имеют отличную от остальных систему ценностей. В некоторых случаях, разумеется, уровень дохода формирует паттерны поведения и оказывает влияние на ценностные системы, но во многом именно изначальная система ценностей позволяет людям достигать карьерных и материальных вершин. И люди с высоким уровнем дохода видят куда большую прикладную ценность научных знаний, чем остальные. При этом уровень ценности научного знания в Беларуси в целом достаточно высок.

**Рис. 24. Согласные с утверждением о том, что университетское образование важнее для мальчика, чем для девочки, в зависимости от пола**



Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Практически ни по каким вопросам не было выявлено существенных различий во мнениях мужчин и женщин. Одним из исключений стал вопрос о том, что университетское образование важнее для мальчика, чем для девочки, который был задан в форме утверждения. С этим утверждением согласились 17.2% респондентов, не согласились – 75.6%, затруднились ответить – 7.1% респондентов. Такое традиционное и в некотором роде даже патриархальное мнение больше распространено среди мужчин (Рис. 24).

Некоторые различия в отношении к этому высказыванию наблюдаются среди жителей городской и сельской местности – из первых с этим утверждением согласны 16.3%, а из вторых – 26.3%. По остальным критериям сравнения различия статистически незначимы. Таким образом традиционные ценности в отношении образования и науки в наибольшей степени распространены среди пожилых людей и жителей сельской местности, но в целом уровень лояльности к науке среди населения является достаточно высоким.

#### 4. РЕЛИГИОЗНЫЕ ЦЕННОСТИ

Социальные исследования с момента самого своего появления уделяли много внимания изучению религии как социального института. Религия исторически была движущей силой развития многих культур. Одной из основных функций религии было объединение и сплочение людей. Объединение их в группу происходило через символические действия и, что куда важнее, через принятие религиозных норм и ценностей, которые включают в себя справедливость, честность, благотворительность, доброта и так далее. Церкви и храмы во многих странах долгое время являлись местом, где люди собирались для общения. Кроме того, религия является формой социального контроля и призвана регулировать поведение людей, определяя за них, что является добром, а что злом. Ещё одной функцией религии является придание жизни смысла и цели. Однако влияние религий распространяется не только на такие глобальные и

абстрактные материи. Большинство религий объясняют, как должны выглядеть семейные отношения, определяют внешний вид людей и их возможности в обществе.

**Таблица 9. Исповедуемые религии**

	Количество	%		Количество	%
Католицизм	57	5.6	Индуизм	1	0.1
Православие	802	78.9	Другое	9	0.9
Протестантизм	5	0.5	Не исповедую никакой религии	52	5.1
Иудаизм	2	0.2	Не хочу отвечать	86	8.5
Ислам	2	0.2	<b>Всего</b>	<b>1016</b>	<b>100.0</b>

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Процессы глобализации приводят к размыванию границ культур и даже религий. Традиционные символические религиозные практики становятся повседневными. Люди одних культур перенимают ритуалы и традиции из других культур и религий. При этом во многих странах происходят процессы секуляризации, и религия теряет ту роль, которую она играла несколько столетий назад. На постсоветском пространстве отношение к религии во многом связано с историческими событиями начала и середины прошлого века, эффект от которых ощущается и молодыми поколениями.

**Таблица 10. Вера в бога**

	Количество	%
Я знаю, что Бог существует, и в этом нет никаких сомнений	366	36.0
У меня есть некоторые сомнения, но я скорее верю в Бога, чем нет	273	26.9
Я чувствую веру в Бога при определённых обстоятельствах, но не всё время	97	9.5
Я не верю в Бога, но верю в некую высшую силу	52	5.1
Я не уверен в существовании Бога и не думаю, что есть способ это проверить	22	2.2
Я не верю в Бога	40	3.9
Другое	9	0.9
Не хочу отвечать	157	15.5
<b>Всего</b>	<b>1016</b>	<b>100.0</b>

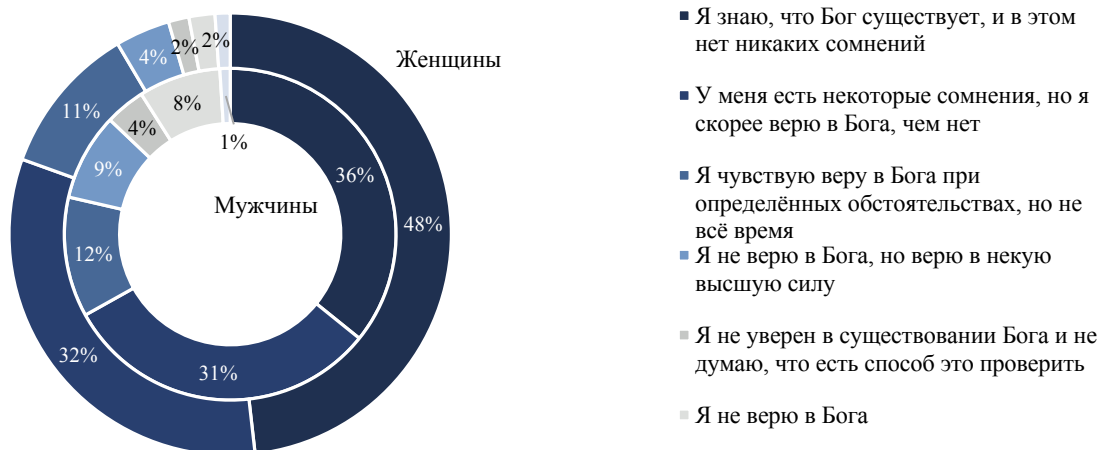
Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Наиболее распространённой религией в Беларуси является православие. Никакой религии не исповедуют 5.1% населения. Но исповедуемая религия не говорит об уровне религиозности и веры человека. Поэтому отдельно был задан вопрос о том, насколько люди верят в бога (Таблица 10)<sup>4</sup>. Количество безусловно верующих людей практически такое же, как и количество сомневающихся. При этом женщины больше верят в бога, чем мужчины (0). Самой верующей возрастной группой населения являются люди в возрасте от 30 до 44 лет. Без учёта тех, кто отказался отвечать, не верят в бога 4.7% населения.

При том, что в бога верят, не испытывая никаких сомнений, 42.6% населения, религиозными себя считают 62.4% людей. Но понятие религиозности включает в себя не только веру в бога. Религиозность предполагает активное следование традициям и канонам религии. Поэтому в исследовании стояла задача оценить действительный уровень религиозности людей и сравнить его с самооценкой. Уровень религиозности замеряется, например, по частоте посещения религиозных служб и чтения молитв.

<sup>4</sup> Здесь и далее анализ вопроса осуществляется без учёта тех, кто отказался отвечать

Рис. 25. Вера в бога в зависимости от пола



Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Большинство населения (85.4%) посещает религиозные службы только по важным праздникам, раз в год или реже (Таблица 11). Однако низкий уровень посещаемости религиозных служб не свидетельствует о низком уровне веры, но в некотором смысле говорит о разрушении традиционных представлений о религиозности. Многие люди, считающие себя религиозными, посещают церкви только по важным праздникам. В традиционном представлении о религиозности это недостаточный её уровень, однако в современных реалиях такой уровень религиозности можно оценить как умеренный.

Таблица 11. Частота посещения религиозных служб

	Количество	%
Два раза в неделю и чаще	15	1.5
Один раз в день	49	4.8
Раз в месяц	85	8.4
Только по важным праздникам	396	39.0
Раз в год или реже	188	18.5
Никогда или практически никогда	283	27.9
<b>Всего</b>	<b>1016</b>	<b>100.0</b>

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Посещение церкви требует времени и поэтому гипотетически может быть менее регулярно выполнимым, чем некоторые другие ритуалы. Например, чтение молитв практически не предполагает значительных временных затрат и физических усилий и доступно практически для всех религиозных людей. Кроме того, чтение молитв является эмоциональным и очень личным действием и поэтому говорит о действительном уровне религиозности людей. Поэтому в данном исследовании именно этот ритуал рассматривается как основной для определения степени религиозности населения. И ответы на этот вопрос (Таблица 12) также показывают умеренный уровень религиозности – часто молятся 21.8% населения, а 33% не молятся никогда.

Таблица 12. Частота чтения молитв

	Количество	%
Несколько раз в день	55	5.4
Один раз в день	84	8.3
Несколько раз в неделю	82	8.1
Только, когда посещаю религиозные службы	140	13.8
Только по важным праздникам	196	19.3
Раз в год или реже	122	12.0
Никогда или практически никогда	335	33.0
<b>Всего</b>	<b>1016</b>	<b>100.0</b>

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

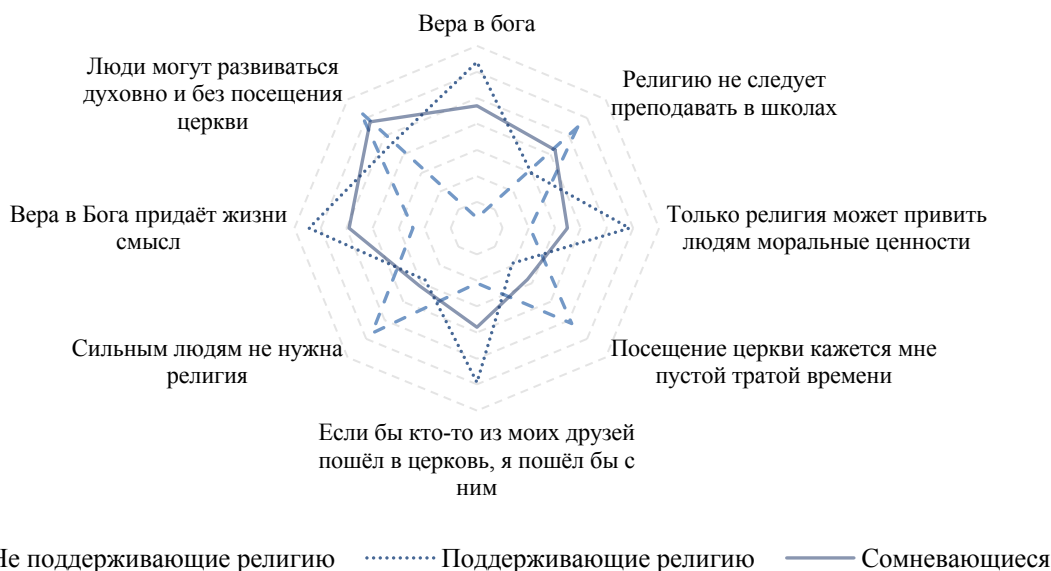
**Таблица 13. Распространённость стереотипов о религии**

	Полностью согласен	Скорее согласен	Скорее не согласен	Полностью не согласен	Затрудняюсь ответить
Люди могут развиваться духовно и без посещения церкви	43.3	30.9	10.7	3.4	11.6
Вера в Бога придаёт жизни смысл	27.1	32.8	15.0	6.4	18.8
Сильным людям не нужна религия	9.4	17.4	33.6	16.9	22.7
Если бы кто-то из моих друзей пошёл в церковь, я пошёл бы с ним	17.7	25.9	17.1	18.2	21.1
Посещение церкви кажется мне пустой тратой времени	5.5	9.9	30.0	32.3	22.2
Только религия может привить людям моральные ценности	15.2	20.8	26.6	14	23.5
Религию не следует преподавать в школах	16.3	19.7	22.8	11	30.1

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Чтобы понять, какое место религия занимает в жизни людей и насколько актуальны темы, связанные с религией, нужно определить, как часто люди готовы обсуждать вопросы, связанные с религией в разговорах со своими друзьями и близкими. По собственным оценкам 5.3% населения часто обсуждают вопросы религии с друзьями, 17.4% иногда разговаривают на такие темы, редко – 37.8% и никогда не обсуждают вопросы религии 39.4% населения. Люди, считающие себя религиозными, значимо чаще обсуждают вопросы религии, чем нерелигиозные люди. На эти темы говорят 73.9% религиозных и 38.7% нерелигиозных людей. То есть религия заметна для всех групп населения и является предметом для обсуждения, но при этом не занимает значительного места в качестве темы для обсуждения для большинства людей.

**Рис. 26. Представления о религии в зависимости от веры**



Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Важнейшим вопросом при изучении религиозных ценностей является распространённость различных стереотипов и убеждений, связанных с религией (Таблица 13). Наиболее распространённым представлением, связанным с религией, стала идея о том, что люди могут развиваться духовно и без посещения церкви – так считают 84% населения<sup>5</sup>. Второй по распро-

<sup>5</sup> Здесь и далее анализ вопроса осуществляется без учёта тех, кто затруднился ответить



странённости стала идея о том, что вера в бога придаёт жизни смысл (73.7%), причём так считают не только религиозные и верующие люди, что говорит о достаточно высоком уровне понимания важности веры не только для себя, но и для других людей. Это подтверждается и тем, что наименее популярным является мнение о том, что посещение церкви – это пустая трата времени (19.9%).

От того, насколько человек верующий, зависит и типичная картина его взглядов (Рис. 26). Чем меньше человек верит в бога, тем негативнее он воспринимает религию, например, считает посещение церкви пустой тратой времени, что религию не следует преподавать в школах и так далее. Верующие люди практически во всех вопросах имеют противоположное мнение. Единственное, в чём они не категорично отличаются от неверующих – это в том, что люди могут развиваться духовно и без посещения церкви. Доля людей, не поддерживающих религию, в общей численности населения составляет 18.5%, доля поддерживающих – 38.4%, доля сомневающихся – 43.1%.

В целом уровень веры и религиозности в Беларуси является умеренным. Количество верующих людей существенно превышает количество неверующих, но в то же время значительной является доля людей, имеющих некоторые сомнения по поводу веры и религии.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Проведённое исследование позволило обнаружить следующие закономерности. Более 90% населения считают, что публичного порицания заслуживают воровство, наркомания и домашнее насилие (если муж бьёт жену). Физические наказания детям осуждают 84% респондентов. Практически одинаково (на уровне 73%) осуждаются проституция, гомосексуализм и расизм. Самоубийство осуждают более половины населения. Наиболее общественно приемлемыми являются религиозность, сексуальные отношения до брака, развод и рождение детей вне брака. Поколение от 18 до 29 лет читает специальную литературу так же часто, как и поколение от 30 до 44 лет и значительно чаще остальных занимается спортом, посещает кафе и рестораны, клубы и дискотеки, ходит на выставки и в музеи. Представители самого старшего поколения чаще всех остальных читают художественную литературу. Женщины существенно чаще, чем мужчины читают художественную литературу, посещают театр и ходят на выставки и в музеи, а мужчины чаще женщин употребляют алкоголь. Люди с высоким уровнем дохода проявляют куда большую активность во всём, кроме прослушивания музыки, просмотра фильмов и употребления алкоголя.

Красота в первую очередь ассоциируется с природой. На втором месте «женщина», на третьем – здоровье. Здоровье в первую очередь связывают со спортом. Для многих людей сохранение и поддержание здоровья является одним из ведущих жизненных приоритетов. Лишний вес в первую очередь вызывает прямые ассоциации с ожирением и полнотой. На третьем месте – «болезнь». Жители Беларуси считают, что еда должна быть вкусной и приносить удовольствие. Наиболее частыми характеристиками качества материальных объектов для белорусов являются надёжность, дороговизна, красота и долговечность. Основные характеристики совершенства – это красота, гармония и развитие.

Большинство участников опроса использует слова с положительной или нейтральной модальностью для описания Беларуси и ассоциирует её с Родиной и домом. 85.8% жителей Беларуси гордятся своей страной. Чем выше возраст респондентов, тем больше среди них тех, кто гордится Беларусью. Люди с высоким уровнем государственного патернализма и люди, разделяющие ценности плановой экономики, куда больше гордятся Беларусью, чем приверженцы рыночных реформ. Менее всего готовы сражаться за страну, если случится война, люди, разделяющие ценности рыночной экономики и люди с высоким уровнем государственного патернализма.

Дома на русском языке разговаривают 73.7% населения, 2.2% говорят на белорусском, 12.3% - на русском и белорусском, 11.6% - на смеси русского и белорусского и на других языках говорят 0.2%. Среди младшей группы населения наиболее распространённым является русский язык. 86.1% респондентов считает, что белорусский язык – это важная часть нашей культуры и должен сохраниться, но при этом только 65.9% респондентов хотят, чтобы их дети говорили на белорусском языке так же хорошо, как и на русском.

Наиболее лояльны к науке люди в возрасте от 18 до 29 лет, а наименее лояльны люди в возрасте от 45 до 60 лет. При этом представители всех возрастных групп примерно одинаково оценивают престиж науки, её пользу для жизни и для развития новых поколений. С утверждением, что университетское образование важнее для мальчика, чем для девочки согласились 17.2% респондентов, не согласились – 75.6%, затруднились ответить – 7.1% респондентов.

Наиболее распространённой религией в Беларуси является православие (Таблица 21). Никакой религии не исповедуют 5.1% населения. Количество безусловно верующих людей практически такое же, как и количество сомневающихся. Женщины больше верят в бога, чем мужчины. Самой верующей возрастной группой населения являются люди в возрасте от 30 до 44 лет.

Религиозными себя считают 62.4% людей. Большинство населения (85.4%) посещает религиозные службы только по важным праздникам, раз в год или реже. Часто молятся 21.8% населения, а 33% не молятся никогда. По собственным оценкам 5.3% населения часто обсуждают вопросы религии с друзьями, 17.4% иногда разговаривают на такие темы, редко – 37.8% и никогда не обсуждают вопросы религии 39.4% населения. Люди, считающие себя религиозными, значительно чаще обсуждают вопросы религии, чем нерелигиозные люди.

Наиболее распространённым представлением, связанным с религией, стала идея о том, что люди могут развиваться духовно и без посещения церкви – так считают 84% населения. Доля людей, не поддерживающих религию, в общей численности населения составляет 18.5%, доля поддерживающих – 38.4%, доля сомневающихся – 43.1%.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Белстат, половозрастная пирамида населения – [http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/demografiya\\_2/graficheskii-material\\_2/polovozrastnaya-piramida-naseleniya/](http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/demografiya_2/graficheskii-material_2/polovozrastnaya-piramida-naseleniya/)
2. Рапай, К., Культурный код: Как мы живём, что покупаем и почему / Клотер Рапай: Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 167 с.
3. Социальные контракты в современной Беларуси / Под ред. К. Гайдука, Е. Раковой, В. Селицкого – СПб.: Невский простор, 2009. – 224 с. – <http://www.research.by/publications/books/0001392/>
4. Черенкевич А. (2015), Применение моделей потребительского спроса для оценки численности и характеристик среднего класса: случай Беларуси, рабочий материал Исследовательского центра ИПМ, WP/15/01

**ПРИЛОЖЕНИЕ. Ассоциации**

**Таблица 14. Ассоциации к слову «роскошь»**

	Количество упомина- ний		Количество упомина- ний
Природа	153	Везде	1
Здоровье	51	Венера	1
Женщина	36	Вещь скоропортящаяся	1
Душа	32	Визажист	1
Цветы	29	Внешняя оболочка	1
Внешность	23	Внимание	1
Девушка	22	Во дворе моем	1
Мир	22	Вокруг	1
Молодость	20	Восприятие	1
Жена	17	Временно	1
Лицо	15	Все, что нравится	1
Натуральная	15	Все, что радует глаз	1
Ухоженность	15	Всегда	1
Дети	14	Вселенная	1
Косметика	13	Гармония с самим собой	1
Совершенство	12	Гламур	1
Гармония	11	Дамы	1
Восхищение	10	Джессика Альба	1
Любовь	10	Душевное равновесие	1
Страшная сила	10	Желательно	1
Внутренняя	9	Живопись	1
Прекрасно	9	Забота о себе	1
Спасет мир	9	Зависть	1
Идеал	8	Захватывает	1
Девушки	7	Стройность	1
Жизнь	7	Зеленая	1
Прелесть	7	Земля	1
Салон	7	Земля белорусская	1
Море	6	Ива над водой	1
Эстетика	6	Иллюзия	1
Весна	5	Иномарка	1
Волосы	5	Истинная	1
Доброта	5	Каждый видит ее в своем	1
Любование	5	Классно	1
Нежность	5	Космос	1
Привлекательность	5	Красиво жить не запретишь	1
Роскошь	5	Красивые места	1
Яркость	5	Ландыш	1
Деньги	4	Лепота	1
Дочь	4	Лес и река	1
Лес	4	Личная	1
Люди	4	Машины	1
Радость	4	Мотинг	1
Радость для глаз	4	Моя будущая половина	1
Сила	4	Мудрость	1
Улыбка	4	Над собой	1
Чистота	4	Народ	1
Шик	4	Наслаждение	1
Внутренний мир	3	Наследственность	1
Глаза	3	Настроение	1
Дар	3	Не показатель	1
Дача	3	Не существует	1
Духовность	3	Неземная	1
Души и тела	3	Необычно	1
Есть	3	Неповторимость	1
Закат	3	Нету в старости красоты	1
Зеркало	3	Ноги	1
Изящество	3	Ногти	1

Искусство	3	Облака	1
Картина	3	Обман	1
Модель	3	Образ жизни	1
Настоящая	3	Огонь	1
Небо	3	Одежда	1
Стиль	3	Одухотворенность	1
То, что нравится	3	Окружающий мир	1
Удача	3	Основное	1
Ум	3	Особенность	1
Фигура	3	Относительное понятие	1
Бабочки	2	Очарование	1
Блондинка	2	Очень относительна	1
Богатство	2	Породы	1
Великолепие	2	Поэзия	1
Внуки	2	Прежняя	1
Внутренняя и внешняя	2	Преимущество от природы	1
Восторг	2	Притяжение	1
Все красивое	2	Прическа	1
Грация	2	Простая	1
Достоинство	2	Пустыня	1
Женственность	2	Работа	1
Забота	2	Работа над собой	1
Конкурс красоты	2	Радуга	1
Красивое	2	Рассвет	1
Лето	2	Роза	1
Мама	2	Рыбалка	1
Мода	2	Самое лучшее	1
Моя девушка	2	Свобода	1
Музыка	2	Секс	1
Не вечна	2	Слова	1
Необязательна	2	Созерцание	1
Неописуемая	2	Созидательная	1
Обаяние	2	Сохранившаяся с годами	1
Обаяние	2	Спокойствие	1
Пейзаж	2	Спорт	1
Приятная взгляду	2	Старание	1
Солнце	2	Стремление	1
Тело	2	Субъективна	1
Требует жертв	2	Счастье	1
Труд	2	Творчество	1
Удовольствие	2	Тела и души	1
Украшает мир	2	Тепло	1
Уникальность	2	Удивление	1
Шопинг	2	Удовлетворение	1
Абстрактная	1	Украшения	1
Афродита	1	Умиление	1
Бабушка	1	Форма	1
Благо	1	Харизма	1
Благополучие	1	Хорошее отношение	1
Блеск	1	Хорошо выглядеть	1
Близкое к идеалу	1	Хотелось, чтобы присутствовала	1
Благородство	1	Цвет	1
Бриллиант	1	Что-то красивое	1
Была	1	Чувство	1
В душе	1	Шедевр	1
В каждом дне, в каждой вещи	1	Шпилька	1
В молодости имеет значение	1	Элеонора	1
Важна для девушки	1	Это чудесно	1
Вежливость	1	Я	1

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Таблица 15. Ассоциации к словосочетанию «лишний вес»

	Количество упомина- ний		Количество упомина- ний
Жир, ожирение	137	Женщина	1
Толстый, полнота	90	Жесть	1
Болезнь	51	Жор	1
Проблема	43	Жратва	1
Тяжесть	38	Заморочки	1
Диета	37	Зарядка	1
Обжорство	36	Зло	1
Плохо	32	Кабан	1
Спорт	31	Как есть	1
Лень	28	Колорит	1
Еда	21	Каторга	1
Проблемы со здоровьем	21	Качалка	1
Нет	13	Колобок	1
Лишнее	10	Кот	1
Ужасно	10	Майонез	1
Недостаток	10	Масса	1
Возраст	8	Медведь	1
Беда	7	Медлительность	1
Булки	7	Меньше есть, спорт и диета	1
Груз	7	Мешает	1
Килограммы	7	Мир	1
Тренажер	7	Много сала	1
Большой человек	5	Множество	1
Борьба	5	Мороженое	1
Гамбургеры	5	Моя девушка	1
Живот	5	Мучное	1
Почти у каждого	5	Нагрузка	1
Худеть	5	Надо меньше есть	1
Американцы	4	Надо убрать	1
Безобразие	4	Надо что-то делать с этим	1
Бывает	4	Нарушен обмен веществ	1
Весы	4	Не бывает	1
Вредно	4	Не желательно	1
Давление	4	Не здоровье	1
Диабет	4	Нездоровая еда	1
Комплексы	4	Не моя проблема	1
Не обращаю внимания	4	Не стоит шутить	1
Не проблема	4	Не терплю	1
У меня присутствует	4	Негатив	1
Я	4	Нежелателен	1
Вредная пища	3	Некрасиво	1
Избыток	3	Неуверенность	1
Некрасиво	3	Не помеха	1
Отвращение	3	Нужно похудеть	1
Стыд	3	Облако	1
Бегемот	2	Обуза	1
Безделье	2	Оливье	1
Внешность	2	Отрицательно	1
Горе	2	Отсутствует	1
Жалость	2	Очень плохо	1
Жиртрест	2	Переживания	1
Корова	2	Переизбыток	1
Макдональдс	2	Печаль	1
Мелочь	2	Пирожное	1
Нездоровое	2	Пицца	1
Нельзя	2	Плохо выглядеть	1
Ненавижу	2	Позор	1
Неправильное питание	2	Помощь	1
Неправильный обмен веществ	2	Порок	1

Неудобство	2	Поросенок	1
Нормально	2	Прелестно	1
Ноша	2	Против	1
Огорчение	2	Пузатый	1
Отторжение	2	Раздражает	1
Пирожки	2	Разочарование	1
После родов	2	Сало	1
Правильное питание	2	Сдоба	1
Распущенность	2	Сила	1
Сбросить	2	Слабость	1
Свинья	2	Сложность	1
Складки	2	Слон	1
Сладости	2	Снижение	1
Смерть	2	Сожаление	1
Сосед	2	Соперница	1
Стресс	2	Сопутствует мне всю жизнь	1
Торт	2	Сострадание	1
Фастфуд	2	Стараюсь контролировать	1
80 кг +	1	Старит	1
Kfc	1	Страх	1
Бег	1	Страшнее войны	1
Бедро	1	Талия	1
Богатство	1	Теща	1
Бремя	1	Туча	1
В зеркале	1	Тучность	1
Варварство	1	Тюлень	1
Велосипед	1	Тяжело ходить	1
Вечная проблема	1	Убрать	1
Вкусно	1	Углеводы	1
Вмеру упитанный	1	Уже не обращаю внимания	1
Время от времени	1	Умеренность	1
Выбор	1	Уток	1
Гадость	1	Ухудшение здоровья	1
Гантели	1	Фигура	1
Гиподинамия	1	Хватит жрать	1
Гиря	1	Целлюлит	1
Грусть	1	Эгоизм	1
Губителен, страдают все жизненно важные системы	1		

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

**Таблица 16. Ассоциации к слову «здоровье»**

	Количество упоминаний		Количество упоминаний
Спорт	161	Врожденное	1
Жизнь	48	Все больные, особенно молодые	1
Крепкое	47	Все платное лечение	1
Красота	45	Всем	1
Сила	38	Выносливость	1
Счастье	26	Гимнастика	1
Больница	18	Гордость	1
Главное	17	Давление	1
Лекарство	17	Дача	1
Здоровый образ жизни	16	Деревня	1
Хорошее самочувствие	16	Дети	1
Витамины	15	Для всех	1
Состояние человека	14	Дом	1
Нет	13	Живу и хорошо	1
Хорошее	13	Задумываюсь все чаще	1
Правильное питание	11	Задумываешься во второй половине жизни	1
Ценность	10	Здорово	1
Богатство	9	Здоровые дети	1

Культурные и религиозные ценности населения Беларуси в 2018 году

Лечение	9	Змея	1
Поликлиника	9	Зубы	1
Бодрость	8	Из-за нервов	1
Молодость	8	Источник жизни	1
Надо беречь	8	К 64 годам по-всякому	1
Таблетки	8	Как есть	1
Важно	7	Как повезет	1
Удача	7	Как у коня	1
Врач	6	Каникулы	1
Движение	6	Качество жизни	1
Не купишь	6	Консультация	1
Питание	6	Копь	1
Радость	6	Легкость	1
Самочувствие	6	Любовь к себе	1
Экология	6	Мама	1
Аптека	5	Медвежье	1
Беречь	5	Медики	1
Дар	5	Медицина слабая	1
Деньги	5	Мое	1
Долголетие	5	Молоко	1
Медицина	5	Мужское	1
Образ жизни	5	Нарушено здоровье	1
Отличное	5	Наследственность	1
Плохое	5	Не вечно	1
Удовлетворительное	5	Не молодеем	1
Закалка	4	Не очень	1
Зарядка	4	Не подводит	1
Настроение	4	Не ценят, а в старости сожалеют	1
Необходимость	4	Никому кроме тебя	1
Семья	4	Нормальные	1
Тренировки	4	Нужно укреплять	1
Успех	4	Нужное	1
Благо	3	Обязательно	1
Болезнь	3	Овощи	1
Враг	3	От бога	1
Дорого	3	От экологии много зависит	1
Дух	3	Отказ от вредных привычек	1
Еда	3	Отличная вещь, без него никуда	1
Забота	3	Оценка состояния человека	1
Награда	3	Подводит	1
Ничего не болит	3	Подлечим	1
Основа жизни	3	Подорванное	1
Очень важно	3	Пошатывается	1
Проблемы	3	Помощь	1
Редкость	3	Постоянно	1
Сердце	3	Потенциал	1
Следить	3	Прежде всего	1
Сон	3	Препараты	1
Фрукты	3	Прививка	1
Хорошо чувствовать	3	Прилив сил	1
Я	3	Природа	1
Благополучие	2	Профилактика	1
Будущее	2	Пульс	1
Возможности	2	Путь к самореализации	1
Все	2	Радиация дает отпечаток	1
Зависит от меня	2	Разум	1
Залог успеха	2	Резерв	1
Здоров	2	Роскошь	1
Иммунитет	2	Самые здоровые люди - пенсионеры	1
Курение	2	Скорая помощь	1
Медицинский центр	2	Слышишь, видишь, чувствуешь	1
Не думаю об этом	2	Сокровище	1



Нет времени здоровьем заниматься	2	Солнце	1
Основное	2	Спешу	1
Очередь	2	Спиртное	1
Поддержка	2	Старость	1
Пробежка	2	Стойкость	1
Работа	2	Супер	1
Рак	2	Терпение	1
Режим	2	Тонус	1
Слабое	2	Тревога	1
Тело	2	У пенсионеров крепче	1
Труд	2	Уверенность	1
Уход за собой	2	Улыбка	1
Хорошо	2	Упражнение	1
Баланс	1	Уровень жизни	1
Бесценно	1	Усталость	1
Благодаря вмешательству чело- века в природу	1	Флюорография 1 раз в год	1
Богатырское	1	Футбол	1
Бывало лучше	1	Хорошего настроения	1
В здоровом теле здоровый дух	1	Хорошо, что оно есть	1
В первой половине жизни	1	Хромает	1
В порции	1	Цель	1
Везение	1	Чернобыль	1
Внимание	1	Чистота	1
Вода	1	Что едим, такое и здоровье	1
Воздух	1	Чтобы все были здоровы	1
Возраст	1	Чтобы никто не болел в семье	1
Вредные привычки	1	Шаткое	1

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Таблица 17. Ассоциации к слову «еда»

	Количество упомина- ний		Количество упомина- ний
Вкусная	168	Бульба	1
Удовольствие	31	Бутерброды	1
Пища	30	В магазине	1
Необходимость	29	В холодильнике	1
Вкус	23	Важно	1
Домашняя	23	Во благо	1
Жизнь	23	Все на красителях и добавках	1
Продукты	22	Всего хочется	1
Аппетит	19	Выбор	1
Полезная	19	Выпечка	1
Энергия	17	Выращиваем	1
Питание	16	Голод	1
Здоровье	15	Деликатес	1
Обед	15	Десерт	1
Мясо	14	Добавки	1
Готовка	13	Должна быть полезной для орга- низма	1
Правильное питание	13	Есть	1
Здоровая	12	Жареная	1
Потребность	12	Жена готовит	1
Картошка	11	Живот	1
Овощи	11	Закуска	1
Кухня	9	Залог здоровья	1
Ужин	9	Запах	1
Фрукты	9	Зелень летом	1
Холодильник	9	Из печи	1
Ресторан	8	Избирательно	1
Хлеб	7	Изысканная	1
Шашлык	7	Каждый день	1

Культурные и религиозные ценности населения Беларуси в 2018 году

Диета	6	Качество жизни	1
Каллории	6	Колбаса	1
Красители и химикаты	6	Консервация, дача	1
Наслаждение	6	Красиво	1
Натуральная	6	Крепкий иммунитет	1
Сытость	6	Круто	1
Дача	5	Куриные спины	1
Деньги	5	Легкая	1
Дорого	5	Лемон и мед	1
Жир	5	Лучшая	1
Кафе	5	Любимая	1
Рыба	5	Люблю много покушать	1
Свежая	5	Мама готовит	1
Стол	5	Мера	1
Макароны	4	Мир упаковки	1
Надоело готовить	4	Мороженое	1
Пицца	4	На даче выращиваем	1
Польза	4	На скорую руку	1
Радость	4	На ходу	1
Сила	4	На что хватает денег	1
Столовая	4	Набить желудок	1
Суп	4	Настроение	1
Тарелка	4	Не важно	1
Фастфуд	4	Не злоупотреблять	1
Хорошая	4	Не калорийная	1
Блюдо	3	Не привередлив	1
Витамины	3	Нет режима	1
Деревенская	3	Нож	1
Завтрак	3	Объедаловка	1
Клубника	3	Огурец	1
Кофе	3	Одно из приятных удовольствий	1
Кулинария	3	Пельмени	1
Много	3	Петрушка	1
Нужда	3	Печеньки	1
Праздник	3	Пирожок	1
Смак	3	Плов	1
Суши	3	По диете	1
Трапеза	3	По мере	1
Чтобы жить	3	По настроению	1
Mcdonalds	2	По расписанию	1
Вкусная и полезная	2	Побольше	1
Вода	2	Подешевле	1
Дом	2	Поднимает настроение	1
Достаток	2	Покупка	1
Желудок	2	Полуфабрикаты	1
Жизненная необходимость	2	Помидор	1
Завтрак, обед, ужин	2	Пончик	1
Здоровое питание	2	Пополнение сил	1
Зож	2	Потребление	1
Качество	2	Придание сил	1
Конфеты	2	Приправы	1
Котлета	2	Приятно	1
Курица	2	Протеин	1
Кушать	2	Птица	1
Ложка	2	Пюре	1
Магазин	2	Работоспособность	1
Напитки	2	Рацион	1
Насыщение	2	Роскошь	1
Обязательно	2	Рот	1
Огород	2	Сало	1
Разнообразие	2	Свинина	1
Рецепты	2	Сдержанность	1
Рынок	2	Скромно	1

Салат	2	Сосиски	1
Сбалансированное питание	2	Способ выжить	1
Сладости	2	Сравнительно хорошая	1
Средство выживания	2	Стараюсь тщательно выбирать продукты	1
Укрепление	2	Счастье	1
Умеренность	2	Съедобное	1
Хавчик	2	Сытная	1
Химия	2	Только полезная	1
Что есть, то и едим	2	Торт	1
Экономим на еде	2	Трата	1
Бабушка	1	Три раза в день	1
Баланс	1	Филе	1
Банан	1	Хорошее самочувствие	1
Без ГМО	1	Хот-дог	1
Белок	1	Чипсы и кола	1
БЖУ	1	Чистота	1
Блины	1	Что хочу в моем возрасте	1
Борщ	1	Широкий ассортимент	1
Время	1	Шоколад	1

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Таблица 18. Ассоциации к слову «качество»

	Количество упомина- ний		Количество упомина- ний
Хорошее	42	Выносливость	1
Высокое	33	Главное условие	1
Надежность	32	Гордость	1
ГОСТ	27	Гуманизм	1
Жизни	26	Дар	1
Количество	26	Деловое	1
Стандарт	22	Дерево	1
Гарантия	21	Детальная точность	1
Лучшее	19	Диалектика	1
Знак	18	Добросовестность	1
Продукта	17	Достижение	1
Оценка	16	Доступность	1
Доброта	15	Душа	1
Дорого	15	Желает лучшего	1
Товар	15	Жизни - невысокое	1
Белорусское	14	Забывают от этом	1
Высшее	14	Здание	1
Характер	14	Зеленая	1
Красота	12	Игры	1
Долговечность	11	Иностранное	1
Немецкое	11	Искренность	1
Цена	11	Испорчено	1
Работа	10	Италия	1
СССР	10	Как для себя	1
Прочность	9	Количество времени	1
Его нет	8	Конкуренция	1
Отличное	8	Консервантов нет	1
Отменная	8	Контроль	1
Свойство	8	Кастрюля	1
Ткань	8	Красивая девушка из рекламы	1
Труд	8	Крикет	1
Уровень	8	Критерий состояния товаров	1
Европа	7	Машина	1
Вещь	6	На высоте	1
Доверие	6	На упаковке	1
Должно быть везде	6	Народное призвание	1
Одежда	6	Нации	1
Сертификат	6	Не всегда	1

Культурные и религиозные ценности населения Беларуси в 2018 году

Ум	6	Не доступно для меня	1
Бренд	5	Не испортишь	1
Необходимость	5	Не к чему придраться	1
Обязательно	5	Не количество	1
Проверенное временем	5	Не ценится в современном мире	1
Производитель	5	Невозможность	1
Сорт	5	Недовольство	1
Техника	5	Нет недостатков	1
Деньги	4	Низкое	1
Добротность	4	Норма	1
Идеал	4	Обслуживание	1
Комфорт	4	Оригинал	1
Совесть	4	Основа	1
Сравнение	4	Отличие	1
Удобство	4	Относительно	1
Успех	4	Отсутствие	1
Черта	4	Пельмени	1
100 процентов	3	Перфекционизм	1
Брак	3	Питьевой воды	1
Еда	3	Платье	1
Желаемое	3	Повар	1
Китай	3	Позволить себе жить, а не выживать	1
Материал	3	Показатель	1
Настоящее	3	Положительные моральные качества человека	1
Особенность	3	Порядочность	1
Ответственность	3	Потребность	1
Плохое	3	Предел	1
Правильно	3	Прекрасно	1
Совершенство	3	Престиж	1
Соответствие	3	Признак	1
Целеустремленность	3	Примерно	1
Человек	3	Принцип жизни	1
Честность	3	Продукт	1
Безупречность	2	Репутация	1
Вкус	2	Роскошь	1
Время	2	Ручная работа	1
Всегда	2	Савушкин продукт	1
Годность	2	Своими руками	1
Достоинство	2	Своя работа	1
Здоровье	2	Система	1
Каждый день	2	Современность	1
Качественная продукция	2	Состояние	1
Марка	2	Сочувствие	1
Мерседес	2	Специалист	1
На века	2	Спокойствие	1
Натуральность	2	Справедливость	1
Не белорусские товары	2	Среднее	1
Образ жизни	2	Стабильность	1
ОТК	2	Статус	1
Порядок	2	Стиль	1
Превосходство	2	Стоимость	1
Признанное	2	Стремление	1
Приятно	2	Строго	1
Редкость	2	Терпеливость	1
Степень пригодности	2	Тэфаль	1
Только лучшее	2	То, к чему нужно стремиться	1
Точность	2	Только хорошее	1
Трудолюбие	2	Требует времени	1
Удовлетворенность	2	Трудно быть уверенным	1
Фирменное	2	Уважение	1
Характеристика	2	Уверенность	1

Хорошая жизнь	2	Улучшение жизни	1
Ценность	2	Умение	1
Эталон	2	Уровень жизни	1
Аккуратность	1	Услуги	1
Аренда	1	Уходит на второй план	1
БМВ	1	Фильм	1
Важность	1	Хай-фай	1
Великолепно	1	Хорошая одежда и обувь	1
Вера	1	Хорошая работа	1
Верность	1	Хороший человек	1
Вечность	1	Хотелось бы	1
Вещи старые	1	Хромает	1
Во всем должно быть	1	Что-то сильное и надежное	1
Вода	1	Шитье	1
Опыт	1	Щедрость	1
Выбор	1	Эффективность	1

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

**Таблица 19. Ассоциации к слову «совершенство»**

	Количество упомина- ний		Количество упомина- ний
Идеал	204	В себе	1
Красота	55	В семье все здоровы	1
Невозможно	22	Верхняя	1
Гармония	16	Вещи и предметы старые	1
Развитие	16	Вкус	1
Бесподобный	14	Внутри человека	1
Его нет	14	Время	1
Идеально	13	Восхищаюсь	1
Природа	13	Вперед к лучшему	1
Лучшее	11	Впереди	1
Мир	11	Все отлично	1
Стремление	11	Газель-животное	1
Во всем	10	Гордость	1
Я	10	Деньги	1
Предел	8	Доброта	1
Человек	8	Ерунда	1
Нет предела	7	Есть	1
Любовь	6	Есть к чему стремиться	1
Пик	6	Желание	1
Цель	6	Жена	1
Абсолют	5	Женщина	1
Качество	5	Жизнь в кино	1
Люди	5	Жить честно	1
Образец	5	Завышенная оценка	1
Ум	5	Здорово	1
В деталях	4	Здоровые близкие	1
Великолепие	4	Зрелость	1
Все в меру	4	Изысканность	1
Высшая степень	4	Иметь все	1
Достоинство	4	Иномарка	1
Интернет	4	Интерес	1
Превосходство	4	Исключена	1
Саморазвитие	4	Исполнение	1
Самореализация	4	Когда все есть	1
Семья	4	Космос	1
Талант	4	Кот	1
Технологии	4	Кошмар	1
Эталон	4	Культ	1
Бесконечное	3	Культура	1
Бог	3	Лоск	1
В делах	3	Луна	1
Внешность	3	Мероприятие	1

Культурные и религиозные ценности населения Беларуси в 2018 году

Высокое	3	Милая	1
Девушка	3	Миф	1
Достижение	3	Много достоинств	1
Жизнь	3	Модернизация	1
Леди	3	Можно встретить в природе	1
Мастерство	3	Море	1
Мечта	3	Мужчина	1
Модель	3	Над собой	1
Немецкое	3	Надежность	1
Новое	3	Наилучшее качество	1
Образование	3	Не белорусские товары	1
Пример	3	Не в моем возрасте	1
Работа	3	Не в силах человека	1
Труд	3	Не важно	1
Безупречность	2	Не нужно	1
Блаженство	2	Не частое сочетание качеств	1
Бриллиант	2	Недоступно	1
В красоте	2	Незачем	1
Вдохновение	2	Необыкновенный	1
Вселенная	2	Неотразимость	1
Где-то есть	2	Непостоянство	1
Гений	2	Нереально	1
Дети	2	Образ	1
Долговечность	2	Обряд	1
Душа	2	Опыт	1
Знания	2	Париж	1
Идеализм	2	Пейзаж	1
Изобретение нового	2	Пение	1
Искусство	2	Перфекционизм	1
Картина	2	Пирсинг	1
Кристалл	2	Порядок	1
Личность	2	Прелесть	1
Материнство	2	Приятно	1
Мери Поппинс	2	Прогресс	1
Мерило	2	Продвижение	1
Мираж	2	Прозрачность	1
Молодость	2	Процесс	1
Музыка	2	Пугачева	1
Надо стремиться	2	Самсунг	1
Не достижимо	2	Свыше всего	1
Не существует	2	Северное сияние	1
Небо	2	Сказка	1
Необходимо	2	Современно	1
Неповторимость	2	Старание	1
Непостижимо	2	Статуя	1
Нет замечаний к чему-то	2	Стимул	1
От бога	2	Стул	1
Полнота всех достоинств	2	Ступень выше	1
Постоянно	2	Супер	1
Прекрасное	2	Тела и души	1
Путь	2	Техника	1
Редкость	2	Треугольник	1
Рост	2	Трудно	1
Стремлюсь	2	У каждого свое	1
Творчество	2	Удовлетворенность	1
Телефон	2	Улучшения	1
Тело	2	Умение	1
Улучшение	2	Умиление	1
Упорство	2	Уникальность	1
Успех	2	Усилие	1
Учеба	2	Утверждение	1
Шик	2	Фигура	1
21 век	1	Футбол	1



4g	1	Хотелось бы	1
90 60 90	1	Цветок	1
Айфон	1	Ценность	1
Балерина	1	Цепь	1
Без границ	1	Ци	1
Бесполезность	1	Человек, на которого нужно равняться	1
Было	1	Чистота	1
В глазах	1	Шар	1
В идеале	1	Шоколад	1
В искусстве	1	Штука хорошая	1
В мелочах	1	Гимнастки	1

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Таблица 20. Ассоциации к слову «Беларусь»

	Количество упоминаний		Количество упоминаний
Родина	300	Евразия	1
Страна	215	Качественные товары	1
Дом	65	Кризис	1
Государство	26	Люди боятся	1
Озера	19	Налоги	1
Картошка	17	Процветающая	1
Республика	16	Пушистая	1
Минск	12	Развивающаяся страна	1
Природа	11	Распродана	1
Зеленая	10	Родная	1
Красивая	10	Семья	1
Леса	10	Стабильность	1
Гордость	9	Становится хуже	1
Любимая	9	Страна третьего мира	1
Чистота	9	Уже не та	1
Зубр	8	Хорошие дороги	1
Место, где я родился и живу	8	Хотелось бы посмотреть что-то кроме нее	1
Синеокая	8	Ягоды	1
Лукашенко	7	Тепло	1
Нищета	7	Молодежь	1
Аист	6	Гомель	1
Земля	6	Беловежская пуца	1
Президент	6	Удовольствие	1
Реки	6	Класс	1
Флаг	6	Разочарование	1
Спокойствие	6	Диктатура	1
Земля под белыми крыльями	5	Хлеб	1
Патриотизм	5	Будущее	1
Герб	4	Надежда	1
Гимн	4	Сила	1
Мать	4	Лен	1
Трактор	4	Песняры	1
Страна для жизни	4	Не стабильность	1
Батька	4	Маленькая страна	1
Мир	3	Страна возможностей	1
Родные	3	Уют	1
Тяжело жить	3	Народ	1
Центр Европы	3	Поля	1
Васильки	2	Мы	1
Грибы	2	Хорошо живем	1
Для народа	2	Прекрасна	1
Жизнь	2	Самогон	1
Кленовый лист	2	Трудоустройство	1
Независимость	2	Пустота	1
Россия	2	Горб	1

Культурные и религиозные ценности населения Беларуси в 2018 году

Современная	2	Загнанный раб	1
Якуб Колас	2	Жалко ее	1
Янка купала	2	Терпение	1
Простые люди	2	Голубая	1
Русь	2	Бульбаш	1
Свобода	2	Земляк	1
Болото	2	Под колпаком	1
Карта	2	Песочница	1
Моя	2	Страна, непригодная для жизни	1
Европа	2	Тоталитаризм	1
Вода	2	Деревня	1
10 миллионов жителей	1	Лев	1
7 регионов	1	Южная Корея	1
Березы	1	Белаз	1
БРСМ	1	Предки	1
БССР	1	Апатия	1
Бюрократия	1	Недоделанная	1
В упадке	1	Ничего хорошего	1
Говорят неправду	1	Евразия	1
Деревни разрушаются	1	Качественные товары	1

Источник: Исследовательский центр ИПМ.