



Методологический семинар



А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко Феномены социального самоопределения: ценностно- смысловая обусловленность экономического поведения

Анатолий Лактионович Журавлев — доктор психологических наук, профессор, директор Института психологии РАН, Член-корреспондент РАО. Лауреат Премии Президиума РАН в области психологии имени С.Л. Рубинштейна (2005). Автор 350 работ, в том числе 12 авторских и коллективных монографий: «Индивидуальный стиль руководства производственным коллективом» (М., 1976), «Совместная деятельность: Методология, теория, практика» (М., 1988), «Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений» (М., 1998), «Социальная психология» (М., 2002), «Нравственно-психологическая регуляция экономической активности» (М., 2003), «Психология управленческого взаимодействия» (М., 2004), «Психология совместной деятельности» (М., 2005) и др. Работы посвящены проблемам социальной, экономической, организационной и экономической психологии, психологии личности, труда и управления в современном российском обществе.

Алла Борисовна Купрейченко — кандидат психологических наук, доцент, старший научный сотрудник лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН, доцент кафедры социальной и этнической психологии Московского гуманитарного университета. Наиболее крупные работы: монография «Нравственно-психологическая регуляция экономической активности» (М., 2003; совместно с А.Л. Журавлевым); программа спецкурса «Введение в экономическую психологию» (М., 2002). Сфера научных интересов: социальная, экономическая, организационная психология; нравственно-психологическая регуляция активности личности и группы.

Постановка проблемы

Одним из важных результатов интенсивного изучения отечественными психологами адаптации различных групп населения современной России к новым экономическим, политическим и, в целом, к социальным условиям стало выявление и описание множества чрезвычайно интересных социально-психологических феноменов и закономерностей. Часть из них являются примерами отношения и поведения субъектов, противоречащих как реальным внешним условиям, так и их экономическим интересам. Нередко причиной низкой социальной адаптированности человека к новым условиям выступает расхождение между главным направлением изменения внешней среды и его основными жизненными целями, ценностями и идеалами. Кроме того, объективные показатели социальной среды могут значительно отличаться от субъективных показателей ее восприятия и оценки, фактически от социально-психологического пространства субъекта, которое в наибольшей степени детерминирует его поведение.

Эти факты заставляют по-новому взглянуть на результаты многих экономико-психологических исследований, выполненных в последние годы. Потребность выделения теоретического основания для их объяснения привела нас к использованию традиционного для отечественной психологии понятия — «самоопределение», под которым понимается поиск субъектом своего способа жизнедеятельности на основе воспринимаемых, принимаемых или формируемых (создаваемых) им во временной перспективе базовых отношений к самому себе, другим людям, человеческому сообществу и к миру в целом. Целью, содержанием и результатом такого поиска выступает собственная система жизненных смыслов и принципов, ценностей и идеалов, норм и правил, притязаний и ожиданий субъекта. Рассмотрение парадоксов социальной и экономической активности с позиций анализа жизнедеятельности самостоятельного, активного, ответственного, рефлексизирующего и способного к произвольной регуляции субъекта позволяет достаточно точно объяснить причины этих парадоксов как закономерных явлений его самоопределения. Часть из выделенных закономерностей — феноменов или эффектов самоопределения субъекта не была ранее описана исследователями, другие, хотя и были известны, тем не менее по самым разным причинам не использовались для интерпретации полученных эмпирических результатов. Целью данной статьи является анализ трех взаимосвязанных феноменов: ценностного обусловливания выбора-отвержения субъектом типа экономической активности; относительной автономности обобщенного и конкретного уровней отношения к экономическим



явлениям; воспроизводства субъектом ценностной системы другой исторической эпохи.

Феномен ценностного обусловливания выбора–отвержения субъектом типа экономической активности

По нашему мнению, наиболее универсальным регулятором экономической активности субъекта выступает ценностно-смысловая рациональность. Этот вид рациональности заключается в том, что субъект считает разумным принимать решения и поступать в экономической среде сообразно наиболее значимым для него жизненным принципам и смыслам, ценностям и идеалам, целям и притязаниям. «Экономический интерес» является частным случаем такой рациональности, когда основные жизненные цели и ценности тесно связаны в сознании субъекта с материальными благами и экономическими ресурсами. Подобная близость и даже тождественность, например, материальных благ (в частности, денег) и жизненных ценностей фактически являлась аксиомой или основным постулатом во многих исследованиях экономического поведения. Однако для менталитета российского населения это положение не характерно. Оно не нашло эмпирического подтверждения в ходе многолетнего изучения экономического сознания и экономической активности представителей различных социальных групп. До недавнего времени «максимизация полезности» считалась основополагающим принципом принятия субъектом экономических решений. Поведение, не соответствующее этому принципу, считалось «нерациональным», особенно в экономической науке. В последние десятилетия можно отметить развитие экономического анализа в направлении учета особенностей восприятия, мышления, памяти, эмоций и т.п. человека при изучении его экономического поведения. Так, совершившие переворот в научных представлениях экономистов нобелевский лауреат в области экономики Д. Канеман и А. Тверски предложили подход к объяснению принятия решений в условиях риска, исходя из анализа субъектом ценности и вероятности существующих альтернатив [4]. И хотя, как отмечают некоторые авторы, ограниченную рациональность не следует сводить к программе когнитивных исследований эвристики и предвзятостей [8, с. 89], никакие другие виды рационального экономического поведения при этом по-прежнему не рассматривались в качестве альтернативы привычным подходам к объяснению получаемых результатов.

В то же время, явление выбора или отвержения конкретного типа экономической активности с опорой не только на экономическую целесообразность или оценку своих возможностей и потребностей, но также и на смысло-жизненные и ценностно-нравственные ориентиры нередко обнаруживалось в ходе или результате исследований. В этом ряду, например, могут быть представлены типологии отношения личности к

социально-экономическим явлениям в целом и видам экономической активности в частности.

Так, А.Л. Журавлев по трем оцениваемым параметрам — психологической готовности к реформам, уровню знаний и умений действовать в их условиях и степени реальной активности, на рубеже 1980–90-х годов выделил следующие 9 социально-психологических типов отношения субъекта к экономическим нововведениям: «активные реформаторы», «пассивные реформаторы», «пассивно-положительно относящиеся к нововведениям», «преодолевающие себя», «неэффективно действующие», «выжидающие», «слепые исполнители», «пассивные консерваторы», «активные консерваторы» [1, с. 9]. Каждый из перечисленных типов отношения и экономического поведения детерминируется не только конкретно сложившимися социально-экономическими условиями, но во многом и оценкой своих способностей, возможностей и мотивацией субъекта. Мотивация же при этом определяется теми смыслами, ценностями и идеалами, которые воплощают и утверждают или, напротив, опровергают и отрицают, по мнению субъекта, предлагаемые обществу экономические реформы.

В работе А.Д. Карнышева и Т.Д. Бурменко мотивация приобретения собственности рассматривается в качестве одного из критериев группирования индивидуальных вариантов экономической активности. Условные и образные названия выделенных в ходе теоретического анализа типов современных российских собственников («захватчики», «скопидомы», «несведущие», «рационалы», «филантропы», «транжиры», «ниспровергатели») отражают как мотивы приобретения, так и приемлемые способы получения и направления использования собственности [5].

Недавние эмпирические исследования М.К. Горшкова, Н.И. Тихоновой, А.Л. Андреева и С.В. Горюновой демонстрируют тесную связь отношения к собственности с ценностями и идеалами субъекта [9]. В ходе анализа названные авторы выделили четыре типа отношения современных россиян к частной собственности. По их данным, около 11% обследованной выборки относятся к группе принципиальных и последовательных «противников частной собственности». Представители группы «последовательные традиционалисты» (16%) относятся к частной собственности в основном нейтрально, толерантны к явлениям «собственность» и «предпринимательство». Они считают, что собственность дает, скорее, свободу, чем закабляет человека. Однако, допуская существование частного бизнеса, прежде всего малого, в массе своей они являются все-таки сторонниками доминирования государственной собственности. Почти треть населения современной России (31%) составляет группу «модернистов», которые в подавляющем большинстве относятся к частной собственности — ко всем ее видам, допуская, в частности, существование на территории России предприятий, принадлежащих иностранным фирмам. «Промежуточная группа» является наиболее массовой (42%) и занимает переходное положение



между «последовательными традиционалистами» и «модернистами» [9]. Авторы исследования отмечают, что три типичных группы респондентов, различающихся отношением к собственности, «связаны с эволюцией собственно рыночных отношений, соответствуя различным этапам данной эволюции, и одна группа (имеется в виду первая — А.Ж. и А.К.) стоит особняком, репрезентируя рудименты официальной идеологии советской эпохи» [9, с. 6].

Положительно оценивая результаты приведенного исследования, следует, однако, с осторожностью относиться к прогнозам динамики социальных установок относительно большой «промежуточной группы» и к оценке принципиального и последовательного неприятия частной собственности как рудимента уходящей эпохи. Так, особенности российского менталитета, а также отечественные и мировые социально-экономические процессы, могут привести, например, к тому, что группа «противников частной собственности» не только не исчезнет, а начнет, как это уже бывало и в России, и в ряде других экономически развитых стран, прирастать новыми представителями — молодыми людьми, в том числе и выходцами из обеспеченных социальных слоев. Динамика отношения «промежуточной группы» тем более не поддается прогнозированию без опоры на глубокий анализ системы жизненных смыслов, ценностей, идеалов, ожиданий и перспектив этих людей, а также того, какое место собственность занимает в этой системе. Т.е. реальное прогнозирование невозможно без анализа ценностных детерминант, обуславливающих выбор типа экономической активности.

Ценностно обусловленный выбор характерен для многих видов экономических отношений и экономической активности субъекта: самообеспечения, экономического обмена, потребительского поведения и т.д. Широко известен целый ряд феноменов, связанных с ценностно-смысловыми характеристиками потребления, например: эффект престижного потребления, «эффект Веблена», эффект сакрального потребления и т.п. [11]. Пример ценностно обусловленного потребительского поведения обнаружен в работах А.Н. Лебедева в виде явного приоритета продукции отечественного производителя [7].

Однако эффекты ценностно-смысловой обусловленности выбора могут проявляться и в форме отказа от потребления — демонстративное или скрыто принципиальное отвержение тех или иных товаров или услуг. Так, в исследовании А.Б. Купрейченко, посвященном восприятию юмористической рекламы, выявлено демонстративное отвержение потенциальными потребителями тех товаров, реклама которых воспринимается как неэтичная [6]. Аналогичные результаты получены в исследовании отношения молодежи к неэтичной рекламе [3].

Наиболее распространенный пример отказа от использования товаров, символическое значение которых противоречит ценностям, принципам или убеждениям, может быть кратко выражен следующим образом: «Я

принципиально не ношу брюки определенного цвета или фасона (или юбки определенной длины) и т.п.». Внутренняя «цензура» может не позволять человеку приобретать конкретные книги, газеты, журналы, музыкальные записи или технические новинки. Это также могут быть определенные продукты питания, лекарства, виды развлечений, отдыха, досуга и многое другое. Часть людей может сознательно отвергать их из-за своих жизненных принципов, взглядов и убеждений. Другие, отказываясь от потребления определенных товаров и услуг, выражают тем самым свое пассивное отношение. Не задумываясь о причинах, они, прежде всего, следуют своим привычкам. Таким образом, может проявляться так называемый «этический навик». Третьи же демонстрируют предпочтение или отвержение конкретных форм экономического поведения для того, чтобы подчеркнуть свою принадлежность к определенной социальной группе (этнической, конфессиональной, региональной, профессиональной, политической и т.д.). В каждом конкретном случае имеет место различный по своей мотивации и ценностно-смысловому значению тип потребительского поведения.

Таким образом, ценностно-смысловая рациональность экономической активности может проявляться в самых различных формах — в разной степени осознаваемой и неосознаваемой, пассивной и активной, скрытой и открытой и даже демонстративной и т.д. Примером неосознаваемого отказа от определенного типа экономической активности выступает известный феномен «вынужденного предпринимательства» или «предпринимательства поневоле», выделенный в исследованиях А.Л. Журавлева, В.П. Познякова и др. Как показало, в частности, исследование Е.Б. Филинковой, у предпринимателей такого типа имеет место низкая удовлетворенность своей деятельностью [10, с. 214]. Подобное отношение может не только оказывать влияние на результаты деятельности, но и приводить со временем к смене основной формы экономической активности.

Анализ экономических отношений и экономической активности с позиции субъективных смыслов, ценностей и мотивов самоопределяющегося субъекта может иметь большое научно-практическое значение. Так, перспективной научно-исследовательской и, одновременно, практической задачей является определение престижных или, напротив, недопустимых видов материального самообеспечения для представителей различных социальных групп. Знание подлинной ценностно-смысловой основы отказа от потребления позволяет существенно пополнить данные о закономерностях вовлечения в процесс потребления людей, не являющихся пользователями определенных видов товаров и услуг. Для построения долгосрочных прогнозов в сфере занятости или потребления важно выявить и адекватно оценить тенденции развития социальных институтов и отдельных групп общества, которые могут определять те или иные ограничения в выборе экономической активности для своих членов. Например, практически важно знать, будет ли в ближайшем будущем запрещено или разрешено членам определенных



этнических или конфессиональных групп пользоваться теми или иными видами медицинского вмешательства и проведения досуга, продуктами питания и одеждой, техническими средствами и формами образования и т.д. Необходимо также знать, какие существуют реально и как будут изменяться в будущем ограничения на конкретные виды трудовой и экономической активности представителей различных социально-демографических групп (например, каков будет перечень приемлемых профессий, форм и правил экономической деятельности для женщин или мужчин) и т.д.

Феномен относительной автономности обобщенного и конкретного уровней отношения к экономическим объектам и явлениям

Названный феномен крайне важен при анализе отношения субъекта к материальным ресурсам в исследованиях экономического сознания и поведения. Он проявляется, например, в различии общего отношения к труду и отношения к определенным видам занятости. Если для субъекта на данном этапе жизни доступны только неприемлемые для него виды деятельности, позитивно относящийся к труду человек может проявлять нехарактерную для него пассивность. Так, в недавнем прошлом творческие люди (поэты, писатели, художники) обвинялись властями в тунеядстве и практически насильно трудоустроивались истопниками или дворниками, сторожами и т.д.

В ходе исследования экономического самоопределения студентов А.Л. Журавлевым и И.М. Осипенко показано, что в динамике представлений студентов о богатстве проявляются закономерности процесса экономической социализации и влияние профессиональной направленности [3]. Так, первокурсники в большей мере склонны к стереотипному пониманию богатства как явления, означающего владение чем-либо. Они связывают богатство с наличием модной машины, мебели, одежды. Студентами 3-го и 5-го курсов богатство в большей степени характеризуется как возможность помогать близким. Таким образом, представления о богатстве связаны с уровнем социальной зрелости и выражают направленность личности на определенные жизненные цели, в частности, на профессиональную самореализацию или заботу о близких людях [3].

Кроме того, результаты исследования показали, что у студентов экономических специальностей богатство связано с доходным бизнесом и вложениями. У будущих медиков богатство в большей степени воспринимается как возможность помогать близким и как основа комфортной жизни. Представления о богатстве студентов технических специальностей (будущих инженеров-энергетиков) занимают промежуточную позицию среди сравниваемых факультетов. Можно, однако, сказать, что для студентов энергетического факультета характерно представление о богатстве как об экономическом благосостоянии, позволяющем удовлетворять основные потребительские нужды. Анализ показал, что особая стадия личностного

и жизненного самоопределения студентов 3-го курса предопределяет систему ценностей и целей, отличающуюся от ценностей предыдущего и последующего этапа жизни, что неизбежно накладывает отпечаток на экономическое сознание. В частности, третьекурсников экономического факультета отличает более позитивное отношение к предприятиям государственной формы собственности как к будущему месту работы [3].

Различие обобщенного и конкретного уровня отношений существует для самых разных классов экономических объектов и явлений. В частности, общее отношение к собственности может значительно отличаться от отношения к какому-либо ее конкретному воплощению, например от отношения к дому или автомобилю. Можно предположить, что общее отношение к деньгам, собственности, труду и т.д. может быть тесно связано со «стержнем» самоопределения личности [2]. В то же время, конкретное отношение к разным видам финансового поведения, формам и объектам собственности, уровням материального благосостояния, видам экономической активности в большей степени определяется целями, ценностями и ожиданиями текущего этапа жизни, т.е. «оболочкой» самоопределения [2]. Если относительно устойчивые условия среды и стабильные периоды жизни субъекта сохраняются длительное время, то конкретное отношение к экономическим объектам и явлениям может фиксироваться, влиять и изменять общее отношение, становясь, таким образом, элементом «стержня» экономического самоопределения.

Следует также отметить, что для одного и того же человека конкретный экономический объект или феномен на разных этапах жизни может выполнять разные функции и наполняться совершенно различными смыслами. Например, понятие «дом» в молодости может быть презируемым признаком обывательского образа жизни, затем он может стать желанным символом преуспевания и средством самовыражения или символом безопасности, а в пожилом возрасте, когда с домом связано много волнующих воспоминаний, ему принадлежит важная роль в сохранении чувства личностной непрерывности на протяжении жизни.

Таким образом, самоопределяясь в экономической среде, субъект наделяет материальные ресурсы теми смыслами и символическими значениями, которые отвечают его наиболее значимым потребностям, интересам, ценностям, идеалам и т.д., но соизмеренным с реальными возможностями их достижения. Эти смыслы могут меняться на разных этапах жизни и в различных социальных условиях.

Как уже было сказано, основанием для ценностно обусловленного выбора-отвержения типа экономической активности служит определенная система жизненных принципов и смыслов, ценностей и идеалов, мотивов и притязаний личности. В ряде случаев эта субъективно значимая система может быть близка к ценностям и идеалам определенного общества или конкретной исторической эпохи, в том числе и тех, в



которых человек не жил. Этот интересный феномен, названный нами «эффектом воспроизводства субъектом ценностной системы другой исторической эпохи», заслуживает специального анализа.

Феномен воспроизводства субъектом ценностной системы другой исторической эпохи

Нередко выявляются случаи, когда субъект в ходе своей жизнедеятельности активно ориентируется на ценности, являющиеся типичными для прошедших периодов не только его собственной жизни, но и жизни конкретного человеческого общества. В этом случае его ценностные идеалы не соответствуют ни актуальному жизненному опыту, ни реально сложившимся социальным условиям. У окружающих людей такой человек может вызывать полярные оценки, например: восприниматься как ретроград — «человек из прошлого», «человек, отставший от времени», «не вписавшийся в свое время» или же, напротив, оцениваться как хранитель традиционных ценностей. Аналогично конкретный человек может лучше, чем окружающие люди, интуитивно чувствовать и даже прогнозировать тенденции изменения ценностных идеалов общества, тем самым опережая его развитие. В этом случае он является носителем прогрессивных ценностей и идеалов — «человеком будущего». О том человеке, чья система ценностей и идеалов наиболее типична для эпохи, в которую он живет, говорят — «человек своего времени», «человек нашего времени», «типичный современник» и т.п.

Оба типа ориентаций (на ценности будущего — опережающие, перспективные ориентации или на ценностные идеалы прошлых эпох — ретроспективные ориентации) выполняют весьма важные для общества функции, особенно в кризисные периоды. Именно эти категории людей, в частности, обеспечивают реальные возможности для сравнения различных систем ценностей, жизненных принципов, идеалов и т.д. и отбора тех из них, которые постепенно становятся типичными для конкретных исторических периодов, т.е. современными. Несмотря на это со стороны социального окружения в отношении таких людей нередко проявляются непонимание и отвержение (в каком-то смысле, это есть защитная психологическая реакция). Можно также отметить, что независимо от того, обращена ли структура смыслов и ценностно-нравственных ориентаций субъекта в прошлое или в будущее, его социальная адаптация к текущей ситуации обычно затруднена или в полной мере невозможна. Адаптация к социальной среде не является самоцелью для таких групп людей, так как их настоящие цели состоят в отстаивании, поддержании, сохранении и воспроизводстве универсальных ценностей (общественных основ) или в преобразовании существующей действительности с ориентацией на будущее.

Заключение

Выполненный анализ необходимо признать лишь началом теоретической работы, требующей серьезного

продолжения, однако уже позволившей выделить и описать целый ряд феноменов социального самоопределения субъекта, важных и полезных в практическом отношении и одновременно интересных, с нашей точки зрения, для их дальнейших исследований. Не вызывает никакого сомнения закономерный характер их возникновения, динамики, различных трансформаций, регулирующего воздействия и т.д., поэтому по мере накопления конкретных данных, эти закономерности будут точнее описаны, станут лучше пониматься, а следовательно, постепенно станет возможным более развернутое и многоплановое их объяснение. В следующих работах будут представлены и другие не менее важные феномены социального самоопределения, связанные, в частности, с динамикой сознания и поведения субъекта в стабильных и кризисных условиях жизнедеятельности.

Литература

1. Журавлев А.Л. Социально-психологические факторы экономических изменений // Общественное сознание и идеологическая работа: Тезисы межрегиональной научно-практической конференции. Часть 2. Кострома, 1990. С. 7–9.
2. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Экономическое самоопределение молодежи: структура и детерминация // Вестник практической психологии образования. 2007. № 1. С. 50–55.
3. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Экономическое самоопределение: теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. 480 с.
4. Канеман Д., Тверски А. Рациональный выбор, ценности и фреймы // Психологический журнал. 2003. Т. 24. № 4. С. 31–42.
5. Карнышев А.Д., Бурменко Т.Д. Собственность: психолого-экономический анализ. 2-е изд. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2003. 316 с.
6. Купрейченко А.Б. Восприятие юмористической рекламы молодыми потребителями // Проблемы экономической психологии. Том 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 295–343.
7. Лебедев А.Н. Динамика отношения российских потребителей к рекламе в период интенсивных общественных изменений // Проблемы экономической психологии. Том 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 267–294.
8. Сивуха С.В. Экономическая психология на пороге тысячелетий (анализ зарубежных исследований) // Проблемы экономической психологии. Том 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 83–106.
9. Собственность в жизни россиян: реальность и домислы // Социс. 2005. № 11. С. 3–18.
10. Филинкова Е.Б. Структура удовлетворенности предпринимательской деятельности // Проблемы экономической психологии. Том 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 205–228.
11. Энджел Д., Блекуэл Р., Миниард П. Поведение потребителей. СПб.: Изд-во «Питер Ком», 1999.