

Взаимосвязь ценностей и экономических установок у российских студентов: межконфессиональный анализ¹

М.В. Ефремова

кандидат психологических наук, старший научный сотрудник Международной научно-учебной лаборатории социокультурных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

З.Х. Лепшокова

кандидат психологических наук, старший научный сотрудник Международной научно-учебной лаборатории социокультурных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

Статья основана на исследовании, посвященном изучению ценностных ориентаций у представителей двух конфессий: христианства (православия) и ислама (суннизма), а также анализу роли ценностей индивидуального уровня в экономических установках и представлениях. В данной работе ставится цель выявить взаимосвязи ценностей культуры с экономическими установками и представлениями российских студентов из этих двух конфессий. Мы предполагаем, что существуют различия во взаимосвязи ценностей индивидуального уровня с экономическими установками и представлениями у студентов-христиан и студентов-мусульман. В исследовании принимали участие студенты российских вузов г. Москвы и г. Казани как светской направленности, так и теологической, представители двух конфессий (православной, исламской). Объем всей выборки — 217 человек (православных 113 человек, 104 представителя суннитского направления ислама, средний возраст — 19 лет). Исследование проводилось с помощью социально-психологического опроса. Результаты показали, что существуют межконфессиональные различия в ценностях индивидуального уровня. У студентов-мусульман существенно выше, чем у студентов-христиан, значимость ценностей «Конформность» и «Традиция» блока «Сохранение». У студентов-христиан значимо выше, чем у студентов-мусульман, ценность «Гедонизм». Выявлено, что существуют межконфессиональные различия во взаимосвязи ценностей с экономическими установками и представлениями. Вместе с тем обнаружено, что независимо от конфессиональной принадлежности ценности «Самостоятельность» и «Достижение» взаимосвязаны с продуктивными экономическими установками и представлениями.

Ключевые слова: ценностные ориентации, тип мотивации, религиозная идентичность, религиозность, экономические установки и представления, православие, ислам.

Система ценностных ориентаций является важнейшей личностной характеристикой, лежащей в основе выбора и оценки человеком как своих поступков, так и других людей и событий. Выступая в роли ведущего типа мотивации, ценностные ориентации определяют направленность конкретных действий индивида, способствуют выбору того или иного поведения. Стоит отметить, что ценности человека «не идентичны его поступкам, но при определенных условиях они могут стать одним из побудителей его практических действий, направленных на воплощение этих ценностей в жизнь» [7, с. 5].

Вместе с тем наряду с теорией об определяющем влиянии ценностей на поведение исследователями выделяется другой, не менее влиятельный фак-

тор — религиозный. Принадлежность личности к той или иной религии обязывает человека исповедовать и сознательно выполнять ее нормы и правила, поскольку религия представляет собой набор убеждений и представлений, определяющих смысл и образ жизни.

Вопрос о влиянии религии на поведение может касаться разных аспектов человеческого поведения. Так, например, было установлено, что протестанты, католики и индусы по сравнению с мусульманами более благосклонно относятся к частной собственности [12]. Также были сделаны попытки объяснить экономический рост и многие другие макроэкономические показатели в разных странах их религиозной принадлежностью [11].

¹ Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2013 г.

Тем не менее на сегодняшний день не существует однозначного ответа на вопрос, является ли религия предиктором экономического поведения. В нашей работе мы исходим из предположения, что конкретная религия или ее отсутствие могут повлиять на ценностные ориентации личности.

Наиболее известным направлением исследований ценностных ориентаций и ценностей можно считать исследования, проводившиеся в США М. Рокичем в конце 60-х и в 70-е гг. XX в. Позже большой вклад в эти исследования внесли Ш. Шварц и В. Билски. В частности, для понимания природы ценностей на индивидуальном уровне (функций ценностей, их взаимосвязей в структуре личности) они разработали теоретическую концепцию, в которой ценности рассматриваются как некие (часто неосознаваемые) критерии выбора и оценки человеком своих поступков, а также оценки других людей и событий [16].

В конце 1980-х гг. Ш. Шварцем была создана Международная программа сравнительного (кросс-культурного) изучения ценностей [13]. В своем индивидуальном подходе Шварц утверждает, что главный содержательный аспект, отделяющий ценности друг от друга, — это тип мотивации, который они отражают. Поэтому он сгруппировал отдельные ценности в комплексы (типы мотивации), имеющие общую цель. Он исходил из того, что основные человеческие ценности, которые должны быть во всех культурах, отражают универсальные человеческие потребности (биологические нужды, потребности согласованного социального взаимодействия и требования групповой жизни) как осознанные цели. Основываясь на ценностях, выделенных предшествующими исследователями, найденных в религиозных и философских трудах в разных культурах, он сгруппировал ценности в десять различных блоков ценностей или типов мотивации человека (см. рисунок). Они, по мнению Шварца, определяют направленность как конкретных действий индивида, так и всей его жизненной активности.

Отношения между различными ценностями отражают психологическую динамику конфликта и совместимости, которую индивиды испытывают, когда следуют ценностям в повседневной жизни. Каждый тип мотивации имеет цель, определяющую стремления человека, которые, в свою очередь, приводят к согласованным или противоречивым действиям. Таким образом, конфликт или гармония между ценностями определяют стратегию поведения личности. Противоречия между ценностями выглядят следующим образом [14].

1. Ценности **Сохранения** (*Безопасность, Конформность, Традиция*) противоречат ценностям **Открытости изменениям** (*Стимуляция, Самостоятельность*).

2. Ценности **Выхода за пределы своего «Я»** (*Универсализм, Благожелательность*) противоречат ценностям **Самоутверждения** (*Власть, Достижение, Гедонизм*).

Экономическое сознание и поведение стали предметом исследований в отечественной психологии сравнительно недавно. Экономическое сознание — это системная составляющая сознания, высший уровень психического отражения экономических отношений общественно развитым человеком. Под экономическим сознанием мы также понимаем социальные представления, установки, отношения, оценки, мнения личности и т. п. относительно различных явлений экономического содержания (экономических объектов). Социальные представления являются ключевым механизмом индивидуального и общественного сознания, поддерживают стабильность сознания социального субъекта (группы или индивида), детерминируют поведение, формируют его картину мира.

В нашем исследовании выборка исследования состояла из студентов, т. е. из молодежи, так как молодые люди также могут оказывать влияние на внешние условия. Огромную роль в данном случае играют ценностные ориентации молодежи, задающие направления деятельности как молодых людей, так и общества в целом. Таким образом, от сегодняшних ценностных ориентаций молодежи напрямую зависит будущее страны. Поскольку Россия является поликонфессиональным государством, нами были выбраны представители двух основных религий, представленных в России, — христианства (главным образом, православия), а также ислама.

Выше изложенное определило цели и гипотезы нашего исследования.

Цель: выявить взаимосвязи ценностей культуры с экономическими установками и представлениями российских студентов из двух конфессий: христианства (православие) и ислама (суннизм).

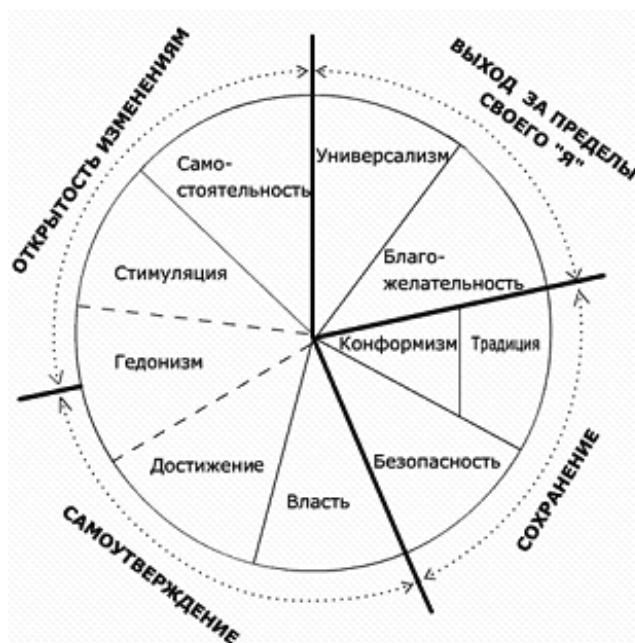


Рис. Динамическая структура мотивационных блоков [15]

Теоретическая гипотеза: существуют различия взаимосвязи ценностей индивидуального уровня с экономическими установками и представлениями у студентов-христиан и студентов-мусульман.

Частные гипотезы:

1. Существуют различия в ценностях индивидуального уровня, в выраженности религиозной идентичности, а также в экономических установках и представлениях у христиан и мусульман.

2. Существуют межконфессиональные различия во взаимосвязях ценностей индивидуального уровня с экономическими установками и представлениями.

Метод

Участники исследования. В исследовании принимали участие студенты российских вузов г. Москвы и г. Казани как светской направленности (Российский государственный гуманитарный университет, Казанский технологический университет), так и теологической (Московский исламский университет, Российский православный университет), представители двух конфессий (христианства, православия и исламской). Объем всей выборки — 217 человек, 102 мужчины и 115 женщин, возраст респондентов 17–28 лет (средний возраст — 19 лет). Представителей православия 113 человек и 104 представителя суннитского направления ислама.

Конфессиональная принадлежность и возрастной состав всей выборки представлены в табл. 1.

Таблица 1

Состав выборки

Конфессиональная принадлежность	Всего	Пол		Средний возраст М
		мужчины	женщины	
Христиане (православные)	113	47	66	19
Мусульмане (сунниты)	104	55	49	19
Всего	217	102	115	19

В исследовании использовались ответы только тех респондентов, которые при субъективном определении своего уровня религиозности относили себя к категории верующих людей. Результаты опроса респондентов, относящих себя к категории убежденных атеистов и безразличных к религии, не использовались.

Для изучения ценностей индивидуального уровня использовался опросник ценностных ориентаций Ш. Шварца. Придерживаясь мнения о том, что содержание ценностей отражает типы мотивационных целей, которые они выражают, Ш. Шварц группирует отдельные ценности в соответствии с общностью целей в ценностные типы. Всего выделено десять мотивационных типов: «Безопасность», «Конформность», «Традиция», «Самостоятельность», «Стиму-

ляция», «Достижение», «Власть», «Гедонизм», «Благожелательность», «Универсализм». Опросник содержит 21 утверждение — описания личности, соответствующие одному из десяти типов ценностей. Так «Конформности» соответствовало утверждение: «Он убежден, что люди должны делать то, что им говорят. Он считает, что люди должны всегда следовать правилам, даже если никто за этим не следит», «Традиции» соответствует утверждение: «Он ценит традиции. Он старается следовать религиозным и семейным обычаям» и т. д. Испытуемый оценивал, в какой степени каждое утверждение похоже или непохоже на него. Оценка по всем шкалам проводилась по шестибальной шкале от 1 — «совсем не похож на меня» до 6 — «очень похож на меня». Шкалы разработаны Ш. Шварцем и апробированы на российской выборке [4, с. 70].

Для изучения религиозной идентичности нами использовался вопрос из авторской методики «Следование религиозным практикам» [1], направленный на субъективное определение своего уровня религиозности. Субъективное определение своего уровня религиозности измеряется вопросом: «Как бы вы оценили уровень своей религиозности?», где 1 — «убежденный атеист»; 5 — «верую и стараюсь соблюдать обряды своей религии».

Социально-психологические феномены экономического сознания изучались с помощью стандартизированной программы исследования экономико-психологических характеристик личности, разработанной лабораторией социальной и экономической психологии ИП РАН [8]. Часть вопросов была разработана сотрудниками Лаборатории социально-психологических исследований ГУ ВШЭ [6]. Показателями социально-экономических установок являлись ответы на блок вопросов, посвященных субъективному экономическому статусу; отношению к конкуренции; установкам на экономический патернализм и экономическую самостоятельность; прогнозу роста материального благосостояния в будущем; уровню экономических притязаний; удовлетворенности материальных потребностей.

Результаты

Выраженность религиозной идентичности у студентов-мусульман значимо выше, чем у студентов-христиан: средние показатели составили 4,3 против 3,8 ($p < 0.001$, критерий Колмогорова-Смирнова). В отличие от христиан, для представителей мусульманской культуры характерна тесная связь этнической и религиозной самоидентификации, поскольку поддержание религиозной идентичности служит важным фактором сохранения культуры и границ своей этнической группы.

Средние значения по ценностям индивидуально-го уровня в двух конфессиональных группах представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Достоверность различий ценностей индивидуального уровня между группами
христианской и мусульманской конфессий**

Переменные			Студенты-христиане n = 113	Студенты-мусульмане n = 104
			М	М
Сохранение — Открытость изменениям	Сохранение	Безопасность	3,35	3,54
		Конформность	2,25***	2,99***
		Традиция	2,76***	3,33***
	Открытость изменениям	Самостоятельность	3,82	3,73
		Стимуляция	3,39	3,22
Самоутверждение — Выход за пределы своего «Я»	Самоутверждение	Достижение	3,51	3,42
		Власть	2,86	2,87
		Гедонизм	3,69***	2,97***
	Выход за пределы своего «Я»	Благожелательность	3,84	3,94
		Универсализм	3,54	3,73

Примечания: *** — различия значимы на уровне $p < 0,001$ (критерий Колмогорова-Смирнова).

У представителей двух конфессий не обнаружено различий в ценностях, входящих в блоки «Выход за пределы своего «Я» и «Открытость изменениям»: и в той, и в другой группе средние значения ценностей этого блока лежат в диапазоне от «Совсем чуть-чуть похож на меня» до «Немного похож на меня». Однако обнаружены значимые различия между ценностями, входящими в блок «Сохранение». Такие ценности, как «Конформность» и «Традиция», значимо выше в мусульманской выборке, чем в христианской. Ценность «Гедонизм», входящая в блок «Самоутверждение», значимо выше у христиан, чем у мусульман.

Перейдем к сравнению разностей средних по социально-экономическим установкам и представлениям в двух группах (см. табл. 3).

Результаты, представленные в табл. 3, демонстрируют установки студентов как на экономическую самостоятельность, так и на экономический патернализм. Установки на экономическую самостоятельность значительно преобладают над установками на экономический патернализм.

Обнаружены значимые различия в установке на экономический патернализм и удовлетворенности потребительских интересов. Данные социально-экономические установки значимо выше в группе сту-

Таблица 3

**Достоверность различий экономических установок и представлений между группами
христианской и мусульманской конфессий (методом Колмогорова-Смирнова)**

Переменные/количество баллов по шкале	Студенты-христиане n = 170	Студенты-мусульмане n = 104
	М	М
Удовлетворенность материальным благосостоянием (шкала 5-балльная)	4,4	5,3
Экономическая самостоятельность (шкала 7-балльная)	5,7	5,9
Экономический патернализм (шкала 7-балльная)	4,2*	4,5*
Представления о росте своего благосостояния за последние 2 года (шкала 5-балльная)	3,6	3,6
Прогноз роста материального благосостояния в будущем (шкала 5-балльная)	3,7*	3,5*
Временная перспектива (шкала 7-балльная)	2,2	2,4
Значимость денег (шкала 5-балльная)	3,8	3,8
Удовлетворенность материальных потребностей (шкала 5-балльная)	3,0*	3,2*
Субъективная оценка уровня материального благосостояния (шкала 5-балльная)	3,2	3,0
Представление об уровне деловой активности (шкала 5-балльная)	2,9	2,9
Позитивное представление о конкуренции (шкала 5-балльная)	3,2	3,0
Установка на экономическую конкуренцию по типу самореализации (шкала 5-балльная)	3,8**	3,3**

Примечания: * — различия значимы на уровне $p < 0,05$, ** — $p < 0,01$ (критерий Колмогорова-Смирнова).

дентов-мусульман. Средние значения таких показателей, как прогноз роста материального благосостояния в будущем, установка на экономическую конкуренцию по типу самореализации, значимо выше в группе студентов-христиан.

Исследуем взаимосвязь ценностей индивидуального уровня с социально-экономическими установками и представлениями христиан и мусульман. С этой целью использовался множественный регрессионный анализ (метод *stepwise*). Рассмотрим полученные результаты регрессионного анализа у представителей христиан (см. табл. 4).

Исходя из данных табл. 4, можно заключить, что в целом ценности индивидуального блока «Сохранение» взаимосвязаны как с продуктивными экономическими установками и представлениями, так и с непродуктивными. Важно отметить, что ценность «Конформность» положительно взаимосвязана с такими продуктивными экономическим установками, как высокий уровень самостоятельности при повышении доходов и высокая оценка уровня собственной деловой активности. Вместе с тем ценность «Конформность» связана с установкой на экономический патернализм. Ценность «Традиция» взаимосвязана с низкой субъективной оценкой уровня материального благосостояния. Из блока ценностей индивидуального уровня «Открытость изменениям» обнаружена взаимосвязь ценности «Самостоятель-

ность» с продуктивными экономическими установками и представлениями, такими, как высокая оценка уровня собственной деловой активности и активные способы повысить доход. Ценность блока «Самоутверждение» — «Достижение» взаимосвязана с продуктивными экономическим установками и представлениями: высокий уровень экономических притязаний и позитивное представление о конкуренции. Ценность «Власть» отрицательно взаимосвязана с установкой на экономическую конкуренцию с целью самореализации.

Таким образом, у представителей христиан ценности «Самостоятельность» и «Достижение» взаимосвязаны с продуктивными экономическими установками и представлениями, тогда как ценности «Традиция» и «Универсализм» взаимосвязаны с непродуктивными экономическими установками и представлениями. Однако важно отметить, что ценности «Конформность» и «Власть» имеют амбивалентный характер взаимосвязи с продуктивными и непродуктивными экономическим установками и представлениями.

Далее рассмотрим полученные результаты взаимосвязи ценностей индивидуального уровня с экономическими установками и представлениями у студентов-мусульман (см. табл. 5).

Ценности индивидуального уровня блока «Сохранение» («Конформность», «Традиция») взаимосвя-

Таблица 4

Взаимосвязь ценностей индивидуального уровня с экономическими установками и представлениями христиан

Экономические установки	Конформность β_4	Традиция β_3	Самостоятельность β_4	Достижение β_7	Власть β_8	Универсализм β_{10}	R ²
Субъективная оценка уровня материального благосостояния		-0,27**					0,07
Установка на экономический патернализм	0,23*						0,05
Значимость денег					0,40***		0,15
Уровень самостоятельности при повышении доходов	0,20*						0,04
Представления об уровне деловой активности	0,27**		0,22*				0,05
Уровень экономических притязаний				0,25*			0,06
Позитивное представление о конкуренции				0,22*			0,04
Установка на экономическую конкуренцию с целью самореализации					-0,20*		0,04
Способы повысить доход			0,30**				0,09

Примечания: * — различия достоверны на уровне <0,05; ** — различия достоверны на уровне <0,01; *** — различия достоверны на уровне < 0,001; R² — доля дисперсии.

Взаимосвязь ценностей индивидуального уровня с экономическими установками и представлениями мусульман

Экономические установки	Конформность β4	Традиция β3	Самостоятельность β4	Гедонизм β6	Достижение β7	Власть β8	Благожелательность β9	Универсализм β10	R ²
Установка на экономическую самостоятельность			0,25*	-0,30**					0,06
Оценка роста материального благосостояния за последние 2 года									0,05
Прогноз роста материального благосостояния в будущем									0,09
Значимость денег						0,38***			0,14
Удовлетворенность материальных потребностей	0,36***								0,05
Удовлетворенность материальным благосостоянием	0,30***							-0,21*	0,04
Уровень самостоятельности при повышении дохода			0,38***				-0,29*		0,05
Представления об уровне деловой активности			0,24*						0,06
Уровень экономических притязаний			0,24*			0,24*			0,05
Позитивное представление о конкуренции		-0,24*			0,39***				0,06
Способы повысить доход						0,27*			0,07

Примечания: * — различия достоверны на уровне < 0,05; ** — различия достоверны на уровне < 0,01; *** — различия достоверны на уровне < 0,001; R² — доля дисперсии.

ны с экономическими установками и представлениями, так ценность «Конформность» положительно взаимосвязана с удовлетворенностью материальных потребностей и удовлетворенностью материальным благосостоянием, а ценность «Традиция» отрицательно взаимосвязана с позитивным представлением о конкуренции. Ценность блока «Открытость изменениям» — «Самостоятельность» взаимосвязана с продуктивными экономическими установками и представлениями: с установкой на экономическую самостоятельность, высоким уровнем самостоятельности при повышении дохода, высокой оценкой собственного уровня деловой активности, а также с высоким уровнем экономических притязаний. Ценности блока «Самоутверждение» взаимосвязаны как с продуктивными экономическими установками и представлениями, так и с непродуктивными. Ценность «Достижение» положительно взаимосвязана с позитивным представлением о конкуренции. Ценность «Власть» положительно взаимосвязана со значимостью денег, высоким уровнем экономических притязаний и с активными способами повысить доход. Ценность «Гедонизм» выше-

указанного блока ценностей отрицательно взаимосвязана с установкой на экономическую самостоятельность. Ценности блока «Выход за пределы своего Я» взаимосвязаны с непродуктивными экономическими установками и представлениями. Так, ценность «Благожелательность» взаимосвязана с низким уровнем самостоятельности при повышении дохода, а ценность «Универсализм» взаимосвязана с низкой удовлетворенностью материальным благосостоянием.

Таким образом, у представителей мусульман ценности «Конформность», «Самостоятельность», «Достижение», «Власть» взаимосвязаны с продуктивными экономическими установками и представлениями, тогда как ценности «Традиция», «Благожелательность», «Универсализм» взаимосвязаны с непродуктивными экономическими установками и представлениями.

Обсуждение

Итак, в нашем исследовании обнаружено, что вы-раженность религиозной идентичности значимо вы-

ше у студентов-мусульман. В отличие от христиан, представители мусульманской культуры имеют тесную связь этнической и религиозной самоидентификации, поскольку поддержание религиозной идентичности служит важным фактором в сохранении культуры и границ своей этнической группы [2].

Сравнение ценностей индивидуального уровня у групп христианской и мусульманской конфессий, показало, что ценности «Конформность» и «Традиция» больше выражены в мусульманской выборке. Значимость ценности «Конформность» у представителей исламского вероучения следует из потребности их группы к самосохранению и выживанию и потребности личности гармонично взаимодействовать с другими людьми, подавляя при этом свои социально-разрушительные наклонности. Так, мусульманская община (умма) теоретически объединяет всех мусульман мира, независимо от их этнической и культурной принадлежности. Таким образом, принадлежность умме — основа самосознания мусульманина. В ней он осознает себя верующим, в ней же обретает социального и правового гаранта. Тогда как в христианстве роль общины менее значима, доминирует роль личности. Христианство есть, таким образом, религия личности, религия персоналистическая и антропологическая. Подлинный смысл христианской веры, лежит в том, что идея Бога ставится в непосредственную связь с идеей реальности и абсолютной ценности *человеческой* личности [10].

Обращает на себя внимание высокая значимость ценности «Традиция» у представителей исламского вероучения, которая обозначает уважение и поддержание обычаев, принятие и признание идей, существующих в их культуре и религии. Связь религиозной и этнической идентификаций в сознании татар-мусульман значительно «крепче», чем у русских [3]. В сравнении с русскими православными татарами представляют одновременно этническое и религиозное меньшинство. Наличие у меньшинства своей религии, отличной от религии большинства, способствует тому, что религия становится главным символом национальной идентичности меньшинства. Так, ценность «Традиция» культивирует традиционное поведение, которое становится символом солидарности их группы и способствует поддержанию своей этнической и религиозной идентичностей. Вышесказанное перекликается с более выраженной религиозной идентичностью у представителей ислама, чем у представителей православия. У студентов-христиан снижение значимости ценности «Традиция», вероятно, обусловлено процессом социокультурной модернизации, которая способствует повышению качества жизни, но, вместе с тем, несет угрозу сохранности культурной идентичности и традиционных ценностей.

Полученные различия указывают на то, что выраженная религиозная идентичность и высокая значимость ценностей «Конформность» и «Традиция» блока «Сохранение» у представителей ислама выражают интересы их группы и тем самым способству-

ют сохранению ее культуры и поддержанию внутригруппового согласия [9].

Значимость ценности «Гедонизм» выше у студентов-христиан, чем у студентов-мусульман. Здесь важно отметить, что социокультурная модернизация стимулирует рост значимости ценности «Гедонизм» и снижает ориентацию на ценности блока «Традиция». В исследованиях также было обнаружено, что модернизированность у русских положительно взаимосвязана с ценностями «Гедонизм» [5]. Таким образом, модернизационные изменения в культуре могут приводить к росту значимости ценности «Гедонизм». Люди в культурах современного типа в большей степени стремятся к удовольствию, наслаждению жизнью, чем представители культур традиционного типа. Более модернизированное общество, кроме того, дает человеку несравнимо больше возможностей для реализации этой ценности, с одной стороны, высвобождая время, которое раньше требовалось на деятельность по жизнеобеспечению, с другой — предоставляя огромный выбор учреждений и мероприятий развлекательного характера и форм проведения досуга [5].

Подводя итог, можно сказать, что у студентов-христиан менее выраженная религиозная идентичность и высокая значимость ценности «Гедонизм» свидетельствуют о модернизационных изменениях в их культуре.

Далее проанализируем взаимосвязи ценностей индивидуального уровня с экономическими установками и представлениями студентов-христиан и мусульман.

У студентов-христиан значимость ценностей «Самостоятельность» и «Достижение» взаимосвязаны с продуктивными экономическими установками и представлениями. Ярким подтверждением этому являются обнаруженные положительные взаимосвязи ценности «Самостоятельность» с высокой оценкой уровня деловой активности и с наиболее самостоятельными способами повышения дохода, такими, как организация или расширение собственного бизнеса или инвестирование финансовых средств в ценные бумаги. Ценность «Достижение» положительно взаимосвязана с высоким уровнем экономических притязаний, которые проявлялись в стремлении не только обеспечить себе прожиточный уровень, но и будущее себе и своей семье. Также данная ценность положительно взаимосвязана с позитивным представлением о конкуренции, что подразумевает предпочтение жить и работать в условиях конкуренции.

Обращает на себя внимание то, что у христиан ценность «Традиция» взаимосвязана с низкой субъективной оценкой уровня материального благосостояния. Важно отметить, что у представителей христианства значимость ценностей «Конформность» и «Власть» имеют амбивалентный характер взаимосвязи как с продуктивными, так и с непродуктивными экономическими установками и представлениями. Ценность «Конформность», к примеру, связана как с высоким уровнем самостоятельности при по-

вышении доходов и высокой оценкой уровня деловой активности, так и с установкой на экономический патернализм. Что касается ценности «Власть», то она не способствует выбору установки на экономическую конкуренцию с целью самореализации, которая предполагает совершенствование себя, приобретение компетентности, уверенности, независимости и признания.

Теперь проанализируем выявленные взаимосвязи ценностей индивидуального уровня с экономическими установками и представлениями представителей ислама.

У студентов-мусульман ценности «Конформность», «Самостоятельность», «Достижение» и «Власть» взаимосвязаны с продуктивными экономическими установками и представлениями. Так, ценность «Конформность» взаимосвязана с удовлетворенностью материальных потребностей и удовлетворенностью материальным благосостоянием. Ценность «Самостоятельность» связана с выраженной установкой на экономическую самостоятельность, с высоким уровнем самостоятельности при повышении доходов, с высокой оценкой уровня деловой активности и с высоким уровнем экономических притязаний. Ценность «Достижение» способствует позитивным представлениям о конкуренции. Ценность «Власть» взаимосвязана со значимостью денег, с высоким уровнем экономических притязаний и активными способами повышения дохода.

Непродуктивным экономическим установкам и представлениям у исповедующих ислам способствуют ценности «Традиция», «Благожелательность», «Универсализм». Ценность «Традиция» не способствует позитивным представлениям о конкуренции, ценность «Благожелательность» связана с низким уровнем самостоятельности при повышении доходов, «Универсализм» не способствует удовлетворенности материальным благосостоянием. Ценность «Гедонизм» у представителей ислама взаимосвязана с непродуктивными экономическими установками и представлениями. Так, данная ценность не способствует установке на экономическую самостоятельность. Исходя из вышеизложенного, следует отметить некоторое сходство во взаимосвязях ценностей индивидуального уровня с экономическими установками и представлениями у студентов-христиан и студентов-мусульман.

Так, у представителей двух религий ценности, выражающие интересы индивида («Самостоятельность» и «Достижение»), взаимосвязаны с продуктивными экономическими установками и представлениями, а так как именно эти установки и представления способствуют экономическому развитию общества [4], то получается, что данные ценности лежат в основе экономического развития представителей той или иной конфессии.

Далее стоит отметить, что непродуктивным экономическим установкам и представлениям у студентов обеих конфессий способствует значимость ценности «Традиция».

Данные связи свидетельствуют о том, что в современном российском обществе ценность, выражающая интересы группы, не лежит в основе экономического развития. Так, ценность «Традиция» направлена на уважение и поддержание обычаев, принятие и признание идей, существующих в определенной культуре и религии.

Обращают на себя внимание и некоторые различия во взаимосвязях ценностей индивидуального уровня с экономическими установками и представлениями. У студентов-христиан ценности «Конформность» и «Власть» способствуют как продуктивным экономическим установкам и представлениям, так и непродуктивным. Тогда как у студентов-мусульман данные ценности способствуют только продуктивным экономическим установкам и представлениям. Это может означать то, что у представителей ислама данные ценности способствуют экономическому развитию в силу приверженности более традиционному образу жизни, а у представителей христианства они уже отошли на второй план и начинают играть менее заметную роль в их экономическом поведении в ходе более интенсивной социокультурной модернизации.

Важно отметить и то, что у студентов-мусульман ценность «Благожелательность» наравне с ценностями «Традиция» и «Универсализм» не способствуют продуктивным экономическим установкам и представлениям. Аналогично, в исследовании, проведенном Н.М. Лебедевой («Влияние культуры на отношение к инновациям в России и Китае»), обнаружено, как и в нашем исследовании, что «продуктивным экономическим установкам молодежи (экономическому развитию) не способствует — значимость ценностей **Традиции, Безопасности, Универсализма и Благожелательности**, выражающие интересы группы» [4, с. 250]. У студентов-мусульман ценность «Гедонизм» отрицательно взаимосвязана с установкой на экономическую самостоятельность.

Выводы

1. У студентов-мусульман значимо выше значимость ценностей «Конформность» и «Традиция» блока «Сохранение», чем у студентов-христиан, так как выражает интересы их группы и тем самым способствует ее сохранению. У студентов-христиан значимо выше, чем у студентов-мусульман, ценность «Гедонизм».

2. У представителей двух конфессий ценности «Самостоятельность» и «Достижение» взаимосвязаны с продуктивными экономическими установками и представлениями.

3. У представителей двух конфессий ценность «Традиция» взаимосвязана с непродуктивными экономическими установками и представлениями.

4. Ценности «Конформность» и «Власть» имеют амбивалентный характер взаимосвязи как с продук-

тивными, так и с непродуктивными экономическими установками и представлениями у студентов-христиан, тогда как у студентов-мусульман данные ценности взаимосвязаны только с продуктивными экономическими установками и представлениями.

5. У представителей ислама ценность «Благожелательность» наряду с ценностями «Традиция» и «Универсализм» взаимосвязаны с непродуктивными экономическими установками и представлениями.

Литература

1. Ефремова М.В. Роль гражданской и религиозной идентичности в экономическом сознании россиян // Вестник университета (ГУУ). 2009. № 9.
2. Ефремова М.В. Взаимосвязь гражданской и религиозной идентичности с экономическими установками и представлениями: Дисс. ... канд. психол. наук. М., 2010.
3. Киммо К., Фурман Д. Татары и русские – верующие и неверующие, старые и молодые // Вопросы философии. 1999. № 11.
4. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Культура как фактор общественного прогресса. М., 2009.
5. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Толерантность в межкультурном диалоге. М., 2005.
6. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Ценности культуры и развитие общества. М., 2007.
7. Магун В.С., Руднев М.Г. Базовые ценности россиян в европейском контексте // Общественные науки и современность. 2010. № 3.
8. Современная психология: состояние и перспективы исследований. Программы и методики психологического исследования личности и группы // Материалы юбилейной научной конференции, Институт психологии РАН, 28–29 января 2002 г. Ч. 5 / Отв. ред. А.Л. Журавлев. М., 2002.
9. Татарко А.Н., Козлова М.А., Лебедева Н.М. Психологические исследования социокультурной модернизации. М., 2007.
10. Франк С.Л. С нами Бог. М., 2003.
11. Barro R.J., McCleary R.M. Religion And Economic Growth Across Countries // American Sociological Review. 2003. V. 68. № 5.
12. Noland M. Religion and economic performance // World Development. 2005. V. 33. № 8.
13. Sam D., Berry J. The Cambridge Handbook of Acculturation Psychology. L., 2006.
14. Schwartz S.H. Les valeurs de base de la personne: Theorie, mesures et applications (Basic human values: Theory, measurement, and applications) // Revue francaise de sociologie. 2006. V. 42.
15. Schwartz S.H. Universals in Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries // Advances in Experimental Social Psychology / Ed. by M.P. Zanna. San Diego, 1992. V. 25.
16. Schwartz S.H., Bilsky W. Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and Cross-Cultural Replications // Journ. of Personality and Social Psychology. 1990. V. 58. № 5.

Relationship between Values and Economic Attitudes in Russian Students: Interconfessional Analysis

M.V. Efremova

PhD in Psychology, senior researcher at the International Scientific-Educational Laboratory for Socio-Cultural Research, Higher School of Economics

Z.Kh. Lepshokova

PhD in Psychology, senior researcher at the International Scientific-Educational Laboratory for Socio-Cultural Research, Higher School of Economics

This study focuses on value orientations in representatives of two confessions, Christianity (Orthodoxy) and Islam (Sunnism), and explores the role of individual values in economic attitudes and conceptions. The aim of this work was to reveal the relationship between culture values and economic attitudes and notions of Russian students, representatives of the two confessions. Our hypothesis was that this relationship is different in Christian and Muslim students. The study was conducted through a social psychological inquiry and involved students of Moscow and Kazan universities, of both secular and theological departments. The sample consisted of 217 persons, of whom 113 were Orthodox Christians and 104 Sunnites, with the average age of 19 years. The outcomes of the study proved that interconfessional differences in individual values really exist. The significance of the 'Conformity' and 'Tradition' values was much greater in the Muslim students, whereas the Christian students displayed a greater importance of the 'Hedonism' value. Interconfessional differences in the relationship between values and economic attitudes and notions were also present. At the same time, it was revealed that the values of 'Self-dependence' and 'Achievement' correlated with productive economic attitudes and notions regardless of the individuals' confession.

Keywords: value orientations, types of motivation, religious identity, religiosity, economic attitudes and notions, Orthodoxy, Islam.

References

1. *Efremova M.V.* Rol' grazhdanskoi i religioznoi identichnosti v ekonomicheskom soznanii rossiyan // Vestnik universiteta (GUU). 2009. № 9.
2. *Efremova M.V.* Vzaimosvyaz' grazhdanskoi i religioznoi identichnosti s ekonomicheskimi ustanovkami i predstavleniyami. Dis. ...kand. psihol. nauk. M., 2010.
3. *Kimmo K., Furman D.* Tatary i russkie – veruyushie i neveruyushie, starye i molodye // Voprosy filosofii. 1999. № 11.
4. *Lebedeva N.M., Tatarko A.N.* Kul'tura kak faktor obshchestvennogo progressa. M., 2009.
5. *Lebedeva N.M., Tatarko A.N.* Tolerantnost' v mezhkul'turnom dialoge. M., 2005.
6. *Lebedeva N.M., Tatarko A.N.* Cennosti kul'tury i razvitie obshchestva. M., 2007.
7. *Magun V.S., Rudnev M.G.* Bazovye cennosti rossiyan v evropeiskom kontekste // Obshchestvennye nauki i sovremennost'. 2010. № 3.
8. Sovremennaya psihologiya: sostoyanie i perspektivy issledovaniy. Programmy i metodiki psihologicheskogo issledovaniya lichnosti i gruppy // Materialy yubileinoi nauchnoi konferencii Institut psihologii RAN, 28–29 yanvarya 2002 g. Ch. 5 / otv. red. A.L. Zhuravlev A.L. M., 2002.
9. *Tatarko A.N., Kozlova M.A., Lebedeva N.M.* Psihologicheskie issledovaniya sociokul'turnoi modernizacii. M., 2007.
10. *Frank S.L.* S nami Bog. M., 2003.
11. *Barro R.J., McCleary R.M.* Religion And Economic Growth Across Countries // American Sociological Review. 2003. V. 68. № 5.
12. *Noland M.* Religion and economic performance // World Development. 2005. V. 33. № 8.
13. *Sam D., Berry J.* The Cambridge Handbook of Acculturation Psychology. L., 2006.
14. *Schwartz S.H.* Les valeurs de base de la personne: Theorie, mesures et applications (Basic human values: Theory, measurement, and applications) // Revue francaise de sociologie. 2006. V. 42.
15. *Schwartz S.H.* Universals in Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries // Advances in Experimental Social Psychology / Ed. by M.P. Zanna. San Diego, 1992. V. 25.
16. *Schwartz S.H., Bilsky W.* Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and Cross-Cultural Replications // Journ. of Personality and Social Psychology. 1990. V. 58. № 5.