Ефремова Мария Викторовна

ВЗАИМОСВЯЗЬ ХАРАКТЕРИСТИК РЕЛИГИОЗНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПРАВОСЛАВИЯ И ИСЛАМА)

В статье представлены результаты анализа взаимосвязи характеристик религиозной идентичности с моделями экономического поведения. В процессе факторизации моделей экономического поведения нами был сформирован фактор "экономическая вовлеченность", который использовался при дальнейшем анализе. Исследование проведено среди представителей двух конфессий российского общества: православия и ислама. Выявлены особенности взаимосвязи выраженности религиозной идентичности с экономической вовлеченностью у религиозных респондентов. Межконфессиональный анализ показал, что в полученных взаимосвязях существуют как сходства, обусловленные религиозным мировоззрением в целом, так и различия, в основе которых лежит особенность религиозной идентификации.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2013/12/13.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2013. № 12 (79). С. 58-61. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2013/12/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

УДК 316.6
Психологические науки

В статье представлены результаты анализа взаимосвязи характеристик религиозной идентичности с моделями экономического поведения. В процессе факторизации моделей экономического поведения нами был сформирован фактор «экономическая вовлеченность», который использовался при дальнейшем анализе. Исследование проведено среди представителей двух конфессий российского общества: православия и ислама. Выявлены особенности взаимосвязи выраженности религиозной идентичности с экономической вовлеченностью у религиозных респондентов. Межконфессиональный анализ показал, что в полученных взаимосвязях существуют как сходства, обусловленные религиозным мировоззрением в целом, так и различия, в основе которых лежит особенность религиозной идентификации.

Ключевые слова и фразы: религиозная идентичность; идентификация; модели экономического поведения; экономическая вовлеченность; установки на экономическое поведение; конфессиональная принадлежность.

Ефремова Мария Викторовна, к. психол. н.
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
dulphine@yandex.ru

ВЗАИМОСВЯЗЬ ХАРАКТЕРИСТИК РЕЛИГИОЗНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПРАВОСЛАВИЯ И ИСЛАМА)©

Исследование выполнено при поддержке РГНФ, проект № 12-06-00570а («Взаимосвязь характеристик гражданской и религиозной идентичностей с экономическими представлениями и моделями экономического поведения»).

В настоящем исследовании изучаются различия во взаимосвязи силы и позитивности религиозной идентификации и моделей экономического поведения у представителей православия и ислама. Актуальность исследования определяется рядом факторов. Прежде всего, это возрастание в последние годы роли религиозной идентификации, которая выполняет этнодифференцирующую и интегрирующую функции. Актуальность исследования определяется также тем, что в его фокусе – не макроэкономические и социальные проблемы, а социально-экономические установки и модели поведения людей, которые часто «пропитаны» культурой и в конечном итоге обуславливают социально-экономическое развитие общества.

Принадлежность к той или иной религии означает не простое принятие человеком исповедуемых норм и правил, которые он сознательно обязуется выполнять, а наличие целого комплекса факторов, влияющих на сознание и поведение человека. В ряде исследований обосновывается, что религия имеет нормативное влияние на экономическое поведение индивидов [6; 7; 9; 15]. Какого рода это влияние? В рамках всемирно известной теории ценностей Ш. Шварца выявлено, что существует взаимосвязь религиозности и индивидуальных ценностей, как положительная, так и отрицательная. Теологический и психологический анализ показал, что религиозность в наибольшей степени положительно коррелирует с традиционными ценностями, постулирующими защиту граждан от неопределённости, смирение и общественный порядок (консервативность), и отрицательно коррелирует с гедонизмом – ценностью, в которой проявляются материалистические тенденции, достижением, стимуляцией, самостоятельностью [16].

Изучая взаимосвязь религиозной идентичности с экономическими установками и представлениями, необходимо учитывать особенности вероучения той или иной конфессии. Известно, что в православии нет специально разработанной и богословски обоснованной ортодоксальной хозяйственной этики. Обеспечивая большую свободу и подвижность, христианское учение о морали требует большей ответственности и делает больший акцент на личной вере, чем на всеобщем послушании. Специфика же исламской идентичности заключается в том, что ислам это «не только религия, но и мирская социальная система» [3, с. 158]. Институализируя практически все сферы жизнедеятельности человека и общества, можно сказать, что «ислам есть образ жизни» [1, с. 37].

Международные исследования религий и экономической активности, выполненные на основе данных *Исследования жизненных ценностей населения* (*World Values Survey*, далее – *WVS*) и изучавшие ряд религий (православное христианство, ислам, иудаизм, конфуцианство, буддизм, протестантизм), показали, что между представителями разных религиозных конфессий существуют значительные отличия в их экономическом поведении [13].

Другое не менее масштабное исследование влияния религии на экономические установки было проведено Л. Гуисо с соавторами. Кросс-культурное исследование осуществлялось на базе данных по результатам *WVS*, взятых в 66-ти странах за 3 периода с 1981 по 1997 гг. [10]. Прежде всего, влияние религии на экономические установки напрямую зависит от силы убеждений представителей той или иной религии. Выявлено, что в среднем религия имеет положительную корреляцию с установками, благоприятствующими свободному рынку и его институтам. Религиозные люди склонны проявлять большее доверие по

© Ефремова М. В., 2013

отношению к окружающим, государству, более склонны верить в справедливость деятельности рынков. С другой стороны, религиозные люди менее терпимы и меньше поддерживают права женщин. Религиозность имеет сильную связь с бережливостью, большим чувством индивидуальной ответственности [Ibidem]. Также были сделаны попытки объяснить экономический рост и многие другие макроэкономические показатели в разных странах религиозной принадлежностью граждан с помощью статистических измерений на базе данных Международной программы социальных исследований (ISSP) [Ibidem]. Авторы приходят к выводу о том, что основными детерминантами экономического роста являются религиозные убеждения, которые, в свою очередь, влияют на такие индивидуальные характеристики как честность, трудовая этика, открытость незнакомцам и т.д.

Тем не менее, на сегодняшний день не существует однозначного ответа на вопрос, является ли религия предиктором экономического поведения. Анализ современных исследований по данной проблеме указывает, что необходимо также учитывать влияние факторов-посредников, таких как социальные, демографические, культурные и политические факторы, на экономические установки и представления [12].

Цель нашего исследования состоит в изучении взаимосвязи характеристик религиозной идентичности с моделями экономического поведения в группе православных христиан и мусульман России. **Гипотезы исследования**: несмотря на существенные различия в постулатах веры, у представителей разных религий совпадают основные нравственные принципы социально-экономической этики и ориентация на приоритет духовных ценностей над материальными. Поэтому мы предполагаем (H1), что выраженная религиозная идентификация не способствует установкам на экономическую вовлеченность (которая характеризуется наличием экономической активности, самостоятельности, долговременной перспективы в экономической деятельности, интересом к экономике). Данная связь будет сильнее выражена в группе мусульман (H1a).

Одним из следствий позитивной религиозной идентичности, как аффективного компонента социальной идентичности, выступает психологическое благополучие [5]. Психологическое благополучие способствует активной направленности личности (через феномены автономии, самоактуализации, диспозиционного оптимизма) [8]. Каждый из этих феноменов отражает активную направленность личности.

Поэтому предполагается (H2), что позитивная религиозная идентификация будет связана с поведением, включающим активную направленность, в данном случае в экономическом плане. Описанная связь (H2a) будет выражена сильнее в группе православных христиан, поскольку респонденты данного религиозного направления в большей степени отдают предпочтение индивидуальным ценностям, следовательно, обладают большей автономией, имеют большую возможность индивидуального выбора. В ходе выполнения исследовательского проекта «Ценности и экономическое поведение: проверка объяснительных моделей в экспериментах и полевых исследованиях» (в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2012 г.) было произведено сравнение ценностных ориентаций (по методике Ш. Шварца) у представителей православия и ислама. Результаты показали, что ценность «Самостоятельность» статистически значимо выше у представителей православия. Для данной группы возможность свободы мысли и действия имеет большую значимость, нежели для мусульман. В то время как представителями ислама высоко оценивались ценности «Традиция», «Конформность». Обнаруженный результат связан с тем, что культуры народов Кавказа более традиционны.

На Рис. 1 схематично представлена тестируемая модель взаимосвязи религиозной идентичности с моделями экономического поведения.

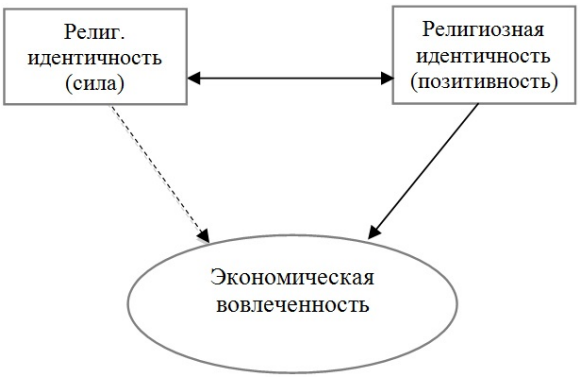

Рис. 1. *Тестируемая модель взаимосвязи религиозной идентичности с моделями экономической вовлеченности: пунктирная линия – отрицательная связь, сплошная линия – положительная связь*

Методика исследования. *Участники исследования:* в исследовании представлены результаты опроса, проведенного в дух регионах России: в Центральном федеральном округе (русские) и Северо-Кавказском федеральном округе (чеченцы, ингуши). В исследовании принимали участие представители двух конфессий: православного христианства (N=265, 124 муж. и 141 жен.) и ислама (суннитское направление, N=187, 86 муж., 101 жен.). Объем всей выборки – 452 человека, из них 210 мужчин и 242 женщин, средний возраст респондентов – 31 год.

Религиозная идентичность измерялась через субъективное определение своего уровня религиозности с помощью вопроса «Как бы Вы оценили уровень своей религиозности?», где 1 – «убежденный атеист»; 7 – «верую и стараюсь соблюдать обряды своей религии» (выраженность религиозной идентичности, вопрос из Европейского социального исследования (ESS) 2010 г.[1]). Степень позитивности религиозной идентичности измерялась с помощью модифицированного вопроса о позитивности гражданской идентичности: «С какими чувствами у Вас ассоциируется ваша религия?» (7-балльная шкала, где 1 – «с очень негативными», 7 – «с очень позитивными»).

Для изучения установок на различные виды экономического поведения использовался метод поведенческих сценариев, разработанный в Научно-учебной лаборатории социально-психологических исследований ГУ-ВШЭ [4].

Респонденту предлагается описание социальной ситуации (сценария), а затем его просят оценить данную ситуацию с помощью специально разработанных шкал.

В основу создания тестовых ситуаций положены предварительно разработанные биполярные измерения экономического поведения. Респонденты, отвечая на требования ситуации, совершают тот или иной выбор по 7-балльной шкале. Каждая из ситуаций сопровождается двумя шкалами: эмоциональная оценка поведения участника; оценка собственной готовности действовать таким же образом в этой ситуации. Для факторизации моделей экономического поведения (11 моделей) мы использовали конфирматорный факторный анализ (CFA). Нами был получен фактор, в который вошли модели экономического поведения, отражающие установки на *«Экономическую вовлеченность»*. В данный фактор вошли следующие сценарии, используемые в методике: *«Экономическая самостоятельность»*, *«Долговременная перспектива в экономическом поведении»*, *«Интерес к экономике»*, *«Экономическая активность»*. Для выявления взаимосвязи между переменными мы использовали моделирование структурными уравнениями. Полученный фактор состоит из шести компонентов, отвечает математическим требованиям, предъявляемым к моделям CFA (CMIN/DF = 2.24, CFI = .99, RMSEA = .032, PCLOSE = .87) и имеет единую структуру для представителей двух конфессий. Для изучения взаимосвязи характеристик религиозной идентичности с моделями экономической вовлеченности нами использовался метод моделирования структурными уравнениями (программа *MPlus6*).

Результаты и их обсуждение

Согласно основной цели данного исследования было произведено тестирование модели взаимосвязи религиозной идентичности с моделями экономического поведения, демонстрирующими установки на экономическую вовлеченность. Полученная модель удовлетворяет всем статистическим требованиям (CMIN/DF=1.63, CFI=.98, RMSEA=.036, PCLOSE=.96). Результаты показывают, что сила религиозной идентичности отрицательно связана с моделями экономической вовлеченности. Таким образом, подтвердилась первая гипотеза. Данный результат ярко выражен в группе мусульман. Позитивность религиозной идентичности положительно связана с моделями экономической вовлеченности. Подтвердилась вторая гипотеза, но частично, поскольку этот результат обнаружен только у приверженцев православия.

Полученные результаты соотносятся с предыдущими работами и подтверждают тезис о том, что религиозность связана с установками на экономическое поведение [9; 11; 14].

В нашем исследовании подтвердилась гипотеза о том, что выраженная религиозная идентичность не способствует установкам, отражающим экономическую вовлеченность. Ценностно-мотивационная сфера религиозных людей характеризуется сниженной ценностью достижения, стимуляции [16], в то время как данные мотивационные конструкты лежат в основе экономически активного поведения. Для глубоко верующего мусульманина будут второстепенны желание к активным действиям в экономической сфере, направленным на повышение материального благосостояния, желание и готовность к построению долговременной перспективы в экономическом поведении, интерес к экономике. Это подтверждает наше предположение о том, что антиматериализм религиозных учений, разделяемый участниками группы, будет детерминировать особенности поведения через призму социального взаимодействия. Тот факт, что данная связь не обнаружена среди православных христиан, возможно, объясняется тем, что в православии нет специально разработанной хозяйственной этики. Исторически сложилось так, что православие отделялось от хозяйственной жизни, оставаясь самостоятельной и самодостаточной сферой [2, с. 101]. Соответственно, выраженная идентификация с православием и приверженность религиозным нормам данной конфессии не оказывают значительного воздействия на экономическую вовлеченность.

Выявлено, что позитивность религиозной идентификации способствует установкам на экономическую вовлеченность. Это объясняется тем, что аффективный компонент религиозной идентичности, активно участвуя в достижении позитивной самооценки [17], способствует психологическому благополучию [5]. Психологическое благополучие тесно связано с активной направленностью личности (автономией, самоактуализацией и т.д.) [8]. Таким образом, позитивная религиозная идентичность через психологическое благополучие способствует установкам на активность, в частности в экономическом поведении.

При межконфессиональном сопоставлении данный результат был получен только среди православных христиан, в то время как у мусульман позитивность религиозной идентичности не оказывает влияния на экономическую вовлеченность. В группе мусульман эта связь также положительна, но не значима. Возможно, это связано с тем, что выборка мусульман не достаточно большая. Вместе с тем, отсутствие предполагаемой

[1] www.ess-ru.ru

связи – довольно интересный и неожиданный результат, который требует дальнейшего изучения. Наличие положительной связи позитивности идентичности с экономической вовлеченностью у православных объясняется тем, что в данной группе в большей степени отдаются предпочтения индивидуальным ценностям, свободе мысли и действия, большей открытостью к изменениям, по сравнению с традиционной культурой народов Кавказа. Следовательно, данной группе характерна большая автономия, большая возможность индивидуального выбора, в том числе в экономической вовлеченности. Полученные результаты позволили нам сделать следующие выводы:

1. Выраженность религиозной идентичности не способствует установкам, отражающим экономическую вовлеченность. У мусульман выраженная религиозная идентификация ведет к снижению экономической вовлеченности (что подтверждает нашу частную гипотезу). У представителей православия выраженность религиозной идентичности не оказывает влияния на установки, отражающие экономическую вовлеченность.

2. Гипотеза о положительном влиянии позитивной религиозной идентичности на установки экономической вовлеченности подтвердилась частично, поскольку данный результат обнаружен только в группе христиан (что подтверждает нашу частную гипотезу). Исламская позитивная идентичность не оказывает влияния на установки, отражающие экономическую вовлеченность.

Список литературы

1. **Албакова Ф. Ю.** Каноны социально-экономической деятельности в исламе // Ценностные ориентиры в экономической среде исламского мира / под ред. С. В. Пирогова. М., 2009.
2. **Зарубина Н. Н.** Православный предприниматель в зеркале русской культуры // Общественные науки и современность. 2001. № 5. С. 100-112.
3. **Кудряшова И. В.** Политические изменения и трансформация идентичности в странах мусульманского Востока // Политическая идентичность и политика идентичности: в 2-х т. М., 2012. Т. 2. Идентичность и социально-политические изменения в XXI веке / отв. ред. И. С. Семененко.
4. **Социокультурные факторы экономического развития: разработка нового подхода к исследованию влияния культуры на экономическое поведение**: отчет о научно-исследовательской работе Научно-учебной лаборатории социально-психологических исследований ГУ-ВШЭ за 2009 г. Рег. № 01200961374.
5. **Ashmore R. D., Deaux K., McLaughlin-Volpe T**. An Organizing Framework for Collective Identity: Articulation and Significance of Multidimensionality // Psychological Bulletin. 2004. Vol. 130. P. 80-114.
6. **Barro R. J., McCleary R. M.** Religion and Economic Growth. Harvard University, 2003.
7. **Benjamin D. J., Choi J., Fisher G.** Religious Identity and Economic Behavior. Cornell University, 2009.
8. **Csikszentmihalyi M.** If We Are So Rich, Why We Aren't Happy? // American Psychologist. 1999. Vol. 54 (10). P. 821-827.
9. **Dana L. P.** Religion as an Explanatory Variable for Entrepreneurship // International Journal of Entrepreneurship and Innovation. L., 2009. Vol. 10. Iss. 2. P. 87.
10. **Guiso L., Sapienza P., Zingales L.** People's Opium? Religion and Economic Attitudes // Journal of Monetary Economics. 2003. Vol. 50. Iss. 1. P. 225-282.
11. **Hayward R. D., Kemmelmeier M.** Weber Revisited: a Cross-National Analysis of Religiosity, Religious Culture, and Economic Attitudes // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2011. Vol. 42. P. 1406-1420.
12. **Iannaccone L. R.** Introduction to the Economics of Religion // Journal of Economic Literature. 2011. Vol. 10. № 30. P. 183-212.
13. **Noland M.** Religion and Economic Performance // World Development. 2005. Vol. 33. № 8. P. 1215-1232.
14. **Parboteeah K. P., Paik Y., Cullen J. B.** Religious Groups and Work Values: a Focus on Buddhism, Christianity, Hinduism, and Islam // International Journal of Cross Cultural Management. 2009. Vol. 51. № 9. P. 51-67.
15. **Putnam R.** Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1993.
16. **Schwartz S., Huismans S.** Value Priorities and Religiosity in Four Western Religions // Social Psychology Quarterly. 1995. Vol. 58. № 2. P. 88-107.
17. **Tajfel H.** Social Categorization, Social Identity and Social Comparison // Differentiation between Social Groups. L., 1978. P. 61-76.

INTERCONNECTION OF RELIGIOUS IDENTITY CHARACTERISTICS AND ECONOMIC BEHAVIOUR MODELS (BY EXAMPLE OF ORTHODOXY AND ISLAM)

Efremova Mariya Viktorovna, Ph. D. in Psychology
National Research University "Higher School of Economics"
dulphine@yandex.ru

The results of the interconnection analysis of religious identity characteristics with economic behaviour models are presented in the article. In the process of economic behaviour models factorization we had formed the factor "economic involvement", which was used during the further analysis. The research was conducted among the representatives of two confessions of the Russian society: Orthodoxy and Islam. The interconnection peculiarities of religious identity intensity with economic involvement among religious respondents are revealed. The inter-confessional analysis showed that the received interconnections have both similarities that are conditioned by the religious worldview as a whole, and differences, which basis is religious identification peculiarity.

Key words and phrases: religious identity; identification; economic behaviour models; economic involvement; aims at economic behaviour; confessional belonging.