

Ефремова Мария Викторовна

ВЗАИМОСВЯЗЬ РЕЛИГИОЗНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ: МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Вопрос о влиянии религии на поведение может касаться абсолютно разных аспектов человеческого поведения. В данной работе интерес представляет комплекс экономических установок и представлений, формирующих ориентацию индивида на экономически активное поведение. В нашем исследовании предпринята попытка изучить характер взаимосвязи религиозной идентичности с моделями экономического поведения. Анализ проведен на примере представителей двух конфессий российского общества: православия и ислама. Исследование проведено в двух регионах России: Центральном федеральном округе и Северо-Кавказском федеральном округе.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2012/12-1/14.html

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

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2012. № 12 (67): в 2-х ч. Ч. I. С. 54-57. ISSN 1993-5552.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2012/12-1/

© 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

Рассмотрим стратегии, характеризующие отношение принимающего населения к мигрантам мегаполиса. Из Табл. 3 видно, что большинство респондентов предпочитают стратегию «Мультикультурализм». Данная стратегия наиболее благоприятна как для мигрантов, так и для принимающего общества. Однако высока вероятность, того, что в ответах присутствует влияние социально желательных позиций. В одинаковой мере редко предпочитают респондентам стратегии «Сегрегация» (2,2 балла) и «Плавильный котел» (2 балла). Практически не используется респондентами стратегия «Исключение» (1,7 балла).

Выводы

В данном исследовании были проанализированы особенности аккультурационных ожиданий и установок по отношению к мигрантам у русских москвичей.

1. У представителей принимающего общества, русских москвичей, обнаружены выраженные значения гражданской идентичности (идентификация с российским обществом в целом) и этнической идентичности (со своим народом).
2. Позитивность гражданской идентичности не значительно, но выше позитивности этнической идентичности у русских москвичей.
3. У представителей принимающего общества показатели мигрантофобии и этнической толерантности, установок на социальное равенство немного выше средних значений, что свидетельствует о наличии опасений по отношению к мигрантам.
4. Русские Москвы, как принимающее население, имеют средние значения в показателях культурной, экономической и физической безопасности, т.е. не обладают устойчивым чувством безопасности в ситуации притока инокультурных мигрантов.
5. У представителей принимающего общества преобладают ожидания аккультурации по типу интеграции (т.е. овладения навыками обеих культур). На втором месте стоит стратегия сегрегации, далее - установки на плавильный котел. Наименее предпочитаемой является стратегия исключения.

Список литературы

1. Лебедева Н. М. Введение в этническую и кросс-культурную психологию. М., 1999.
2. Лебедева Н. М. Социальная психология этнических миграций. М., 1993.
3. Лебедева Н. М., Татарко А. Н. Социально-психологические факторы этнической толерантности и стратегии межгруппового взаимодействия в поликультурных регионах России // Психологический журнал. 2003. Т. 24. № 5.
4. Солдатова Г. У. Психология беженцев и вынужденных переселенцев. М.: Смысл, 2001.
5. Стефаненко Т. Г. Методы подготовки к культурному взаимодействию // Стефаненко Т. Г., Шлягина Е. И., Ениколопов С. Н. Методы этнопсихологического исследования. М.: Изд-во МГУ, 1993. С. 55-78.
6. Berry J. W. The Role of Psychology in Ethnic Studies // Canadian Ethnic Studies. 1990. № 22. P. 8-21.
7. Berry J. W., Phinney J. S., Sam D. L., Vedder P. Immigrant Youth: Acculturation, Identity and Adaptation // Applied Psychology: an International Review. 2006. № 55.

УДК 159.9

Психологические науки

Вопрос о влиянии религии на поведение может касаться абсолютно разных аспектов человеческого поведения. В данной работе интерес представляет комплекс экономических установок и представлений, формирующих ориентацию индивида на экономически активное поведение. В нашем исследовании предпринята попытка изучить характер взаимосвязи религиозной идентичности с моделями экономического поведения. Анализ проведен на примере представителей двух конфессий российского общества: православия и ислама. Исследование проведено в двух регионах России: Центральном федеральном округе и Северо-Кавказском федеральном округе.

Ключевые слова и фразы: религиозная идентичность; модели экономического поведения; экономическая самостоятельность; удовлетворенность материальным благосостоянием.

Мария Викторовна Ефремова, к. психол. н.

*Международная научно-учебная лаборатория социокультурных исследований
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
dulphine@yandex.ru*

ВЗАИМОСВЯЗЬ РЕЛИГИОЗНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ: МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ[©]

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

История исследований, посвященных роли религии в поведении человека, насчитывает более века [6]. Тем не менее, до сих пор не были даны ответы на многие ключевые вопросы, например, как разные религии влияют на поведение представителей разных культур в разных странах мира; есть ли сходства между религиозными идеями и практиками и т.д. Вместе с тем, в современном мире религия по-прежнему оказывает влияние не только на морально-этическую составляющую жизни человека, но и на различные сферы его деятельности - социальную, политическую, экономическую. 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 рамках всемирно известной теории ценностей, Ш. Шварц пишет о том, что существует взаимосвязь религиозности и индивидуальных ценностей, как положительная, так и отрицательная. Теологический, социологический и психологический анализ показали, что религиозность в наибольшей степени положительно коррелирует с традиционными ценностями, постулирующими защиту граждан от неопределенности, смирение и общественный порядок (консервативность), и отрицательно коррелирует с гедонизмом - ценностью, в которой проявляются материалистические тенденции [7].

Международные исследования религий и экономической активности, выполненные на основе данных Мирового опросника ценностей (WVS), изучавшие ряд религий (православное христианство, ислам, иудаизм, конфуцианство, буддизм, протестантизм) показали, что между представителями разных религиозных конфессий существуют значительные отличия в их экономическом поведении [6].

Другое, не менее масштабное, исследование влияния религии на экономические установки был проведено Л. Гуисо с соавторами. Исследователи провели кросс-культурное изучение на основе базы данных по результатам WVS, взятых в 66 странах за 3 периода с 1981 по 1997 гг. [4]. Прежде всего, влияние религии на экономические установки напрямую зависит от силы убеждений представителей той или иной религии. Установлено, что в среднем религия имеет положительную корреляцию с установками, благоприятствующими свободному рынку и его институтам. Религиозные люди склонны проявлять большее доверие по отношению к окружающим, государству, более склонны верить в справедливость деятельности рынков. С другой стороны, религиозные люди менее терпимы и меньше сочувствуют правам 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 их населения [3] с помощью статистических измерений на базе данных из ISSP, WVS. 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, 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 [5].

Целью данной работы является изучение показателей экономических установок и моделей экономического поведения у представителей двух конфессий (православие и ислам), а также изучение связи характеристик религиозной идентичности с экономическими представлениями и моделями экономического поведения у представителей православия и ислама в России. Мы предполагаем, что существуют различия во взаимосвязи религиозной идентичности с экономическими представлениями и моделями экономического поведения у представителей православия и ислама в России.

Объект исследования: религиозная идентичность и ее компоненты (выраженность и позитивность).

Предмет исследования: взаимосвязь гражданской и религиозной идентичностей с экономическими установками и представлениями.

Участники исследования: объем всей выборки составил 355 человек, представителей православного христианства (г. Москва, 142 чел., из них 72 муж., 70 жен.) и ислама (г. Ставрополь, г. Нальчик, г. Грозный, 130 чел., из них 60 муж., 70 жен.). Исходя из цели исследования, респонденты, не исповедующие религию, были исключены из анализа. Так, из анализа было исключено 83 чел., итоговый размер выборки составил 272 человека. Средний возраст респондентов - 25 лет. В исследуемых регионах приняли участие представители доминирующих этнических групп (ЦФО - русские, СКФ - чеченцы, ингуши).

Что касается уровня образования респондентов, то большинство опрошенных составляют люди с высшим образованием - специалисты (38,7%, 23,8% и 31,4% в каждой группе соответственно). Среди опрошенных людей также оказалось много студентов (25,4%, 27,7% и 19,5%).

В работе использовались блоки вопросов из методики исследования влияния культуры на экономическое поведение. Религиозная идентичность измерялась шкалами (по типу шкал Лайкерта). Субъективное определение своего уровня религиозности измерялось вопросом «Как бы вы оценили уровень своей религиозности?», где 1 - «убежденный атеист»; 5 - «верую и стараюсь соблюдать обряды своей религии» (выраженность религиозной идентичности). Также измерялось отношение к факту принадлежности к религиозному сообществу (позитивность религиозной идентичности) при помощи модифицированного вопроса по измерению позитивности гражданской идентичности Н. М. Лебедевой [1]. Отношение выражается в таких чувствах как неприязнь, безразличие, уважение, радость, любовь, затем ответы кодировались от 1 до 5 баллов.

Для изучения установок на различные виды экономического поведения использовался метод поведенческих сценариев, разработанный в Научно-учебной лаборатории социально-психологических исследований ГУ-ВШЭ [2].

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

В основу создания тестовых ситуаций положены следующие предварительно разработанные нами 11 биполярных измерений экономического поведения:

1) «экономический патернализм - экономическая самостоятельность» (в методике для оценки использовался полюс «экономический патернализм»);

2) «экономия времени - экономия денег» (использовался полюс «экономия времени»);

3) «кратковременная - долговременная ориентация (перспектива) в экономическом поведении» (использовался полюс «кратковременная перспектива в экономическом поведении»);

4) «расточительность - экономность» (шкала 7-балльная, нарастание в сторону «расточительности»);

5) «экономический интерес - экономическая индифферентность» (использовался полюс «экономическая индифферентность»);

6) «приоритет прибыли перед законом - приоритет закона перед прибылью» (использовался полюс «приоритет прибыли перед законом»);

7) «экономическая активность - экономическая пассивность» (использовался полюс «экономическая пассивность»);

8) «приемлемость - неприемлемость использования кредитов в повседневной жизни» (использовался полюс «неприемлемость кредитов»);

9) «распределение финансового вознаграждения по равенству - распределение финансового вознаграждения по справедливости» (использовался полюс «распределение финансового вознаграждения по справедливости»);

10) «подверженность - неподверженность импульсивным покупкам» (использовался полюс «неподверженность импульсивным покупкам»);

11) «приоритет размера вознаграждения - приоритет наличия творчества в работе» (использовался полюс «приоритет денег перед творчеством в работе»).

Респонденты, отвечая, совершают тот или иной выбор по 7-балльной шкале. Каждая из ситуаций сопровождается тремя шкалами: эмоциональная оценка поведения участника (нравится - не нравится); оценка собственной готовности действовать таким же образом в этой ситуации; оценка типичности для россиян (представителей «своих» этноса или конфессии) поведения участника ситуации.

Обработка данных осуществлялась с помощью статистического пакета *SPSS 16.0*. Для выявления статистически значимых различий использовался непараметрический критерий Краскала-Уоллиса. Для выявления взаимосвязей использовался регрессионный анализ с контролем переменных по полу и возрасту (метод *Enter*).

Результаты исследования

В процессе анализа были сопоставлены показатели двух групп - московских православных христиан и мусульман (чеченцев, ингушей) Северо-Кавказского федерального округа. С помощью непараметрического критерия Краскала-Уоллиса были сопоставлены средние значения показателей религиозной идентичности у представителей двух конфессий. Выявлено, что существуют значимые различия по показателям выраженности и позитивности религиозной идентичности у представителей двух групп. Самый высокий показатель выраженности и позитивности религиозной идентичности обнаруживается у мусульман (при максимальном значении, равном 7-ми, данный показатель равен 6,47, $p \leq 0.001$); у православных Москвы позитивность религиозной идентичности выше среднего.

Рассматривая экономические установки и представления у представителей 2-х групп, значимые различия обнаружены при оценке показателя «удовлетворенность материальным благосостоянием». Данный показатель значимо выше у представителей ислама.

В сравнительном анализе показателей экономических установок и моделей экономического поведения нами были обнаружены значимые различия в моделях экономического поведения: «долговременная перспектива в экономическом поведении» (на двух уровнях оценки - эмоциональной и поведенческой) ($p \leq 0.01$), «приоритет закона над прибылью» (эмоциональное предпочтение) ($p \leq 0.001$), «распределение финансового вознаграждения по справедливости» (на двух уровнях оценки - эмоциональной и поведенческой) ($p \leq 0.001$), «экономическая активность» ($p \leq 0.05$). Модели экономического поведения «экономическая активность», «долговременная перспектива в экономическом поведении» значимо выше в группе христиан как по шкале эмоционального предпочтения, так и по шкале готовности. Значимое различие ($p \leq 0.001$) по модели «приоритет закона над прибылью» выше у мусульман как по шкале эмоционального предпочтения, так и по шкале готовности.

Рассмотрим полученные взаимосвязи религиозной идентичности с моделями экономического поведения в изучаемых группах. У представителей православия Москвы и московской области обнаруживается взаимосвязь позитивной религиозной идентичности с установкой на экономический патернализм ($p \leq 0.05$). Чем более позитивные чувства по отношению к своей религии испытываются данными респондентами, тем большие надежды они возлагают на государство, когда дело касается собственного материального благополучия.

Обнаружена значимая взаимосвязь выраженности религиозной идентичности с уровнем удовлетворенности своим благосостоянием ($p \leq 0.05$). Чем сильнее москвичи чувствуют свою принадлежность к православию, тем больше они довольствуются своим материальным достатком. В ходе статистического анализа также выявлена взаимосвязь позитивности религиозной идентичности с эмоциональным предпочтением

экономической активности, хотя с готовностью проявлять эту экономическую активность связи обнаружено не было. Обнаружена отрицательная связь выраженности религиозной идентичности с эмоциональным предпочтением справедливости при распределении доходов ($p \leq 0.05$). Чем выше религиозная идентичность, тем больше респонденты предпочли бы распределить доход на основании равенства, а не на основании вклада каждого сотрудника в общий проект. При этом связи с готовностью так поступать не было обнаружено.

Рассмотрим полученные взаимосвязи религиозной идентичности с моделями экономического поведения в группе мусульман.

В результате статистического анализа на выборке мусульман Северо-Кавказского федерального округа были обнаружены следующие взаимосвязи. Выраженность религиозной идентичности положительно взаимосвязана с удовлетворенностью уровнем своего материального благосостояния ($p \leq 0.01$) и отрицательно - с моделью экономического поведения («экономия времени») как по шкале эмоционального предпочтения ($p \leq 0.01$), так и по шкале готовности ($p \leq 0.001$).

Выраженность религиозной идентичности положительно взаимосвязана с показателями установки приоритета закона над прибылью ($p \leq 0.05$).

Были обнаружены положительные взаимосвязи ($p \leq 0.05$) выраженности религиозной идентичности с эмоциональным предпочтением и готовностью к использованию кредита.

Обнаружена отрицательная взаимосвязь выраженности религиозной идентичности с готовностью распределять прибыль по справедливости, а не по принципу равенства.

Выводы

1. В нашем исследовании были выявлены значимые различия в характеристиках религиозной идентичности у представителей двух конфессий: выраженность и позитивность религиозной идентичности значимо выше у представителей ислама.
2. Обнаружены значимые различия в моделях экономического поведения у представителей двух конфессий. Показатели модели экономического поведения «долговременная перспектива в экономическом поведении», а также «экономическая активность» значимо выше в группе христиан как по шкале эмоционального предпочтения, так и по шкале готовности. Обнаружено значимое различие по модели «приоритет закона над прибылью», которое выше у мусульман как по шкале эмоционального предпочтения, так и по шкале готовности. Значимое различие по модели «распределение финансового вознаграждения по справедливости» значимо выше в группе христиан по обоим шкалам.
3. Анализ взаимосвязи религиозной идентичности с экономическими представлениями и моделями экономического поведения у представителей православия и ислама в России показал: у представителей двух конфессий выраженность религиозной идентичности связана с удовлетворенностью уровнем материального благосостояния, а также с эмоциональным предпочтением распределять финансовое вознаграждение на основе равенства.
4. Обнаружены следующие различия во взаимосвязях религиозной идентичности с экономическими представлениями и моделями экономического поведения: взаимосвязь позитивной религиозной идентичности у православных христиан с установкой на экономический патернализм и, вместе с тем, с предпочтением на эмоциональном уровне экономической активности.

В группе православных христиан с позитивными экономическими моделями и установками взаимосвязаны как выраженность, так и позитивность религиозной идентичности, в то время как в группе мусульман взаимосвязи обнаружены только с показателем выраженности.

В группе мусульман обнаружена взаимосвязь выраженной религиозной идентичности с моделью экономического поведения «предпочтение закона над прибылью», согласно которой респонденты отдадут предпочтение закону и ставят его выше, чем собственное материальное благосостояние (на уровне эмоционального предпочтения и готовности). Также выраженность религиозной идентичности связана в группе мусульман с приемлемостью использовать кредит в повседневной жизни, а также экономией времени.

Таким образом, основная гипотеза о существовании различий взаимосвязи религиозной идентичности с экономическими представлениями и моделями экономического поведения у представителей православия и ислама в России подтвердилась частично.

Список литературы

1. **Ефремова М. В.** Взаимосвязь гражданской и религиозной идентичности с экономическими установками и представлениями: дисс. ... канд. психол. наук. М., 2010. 176 с.
2. **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. Пер. № 01200961374.
3. **Barro R. J., McCleary R. M.** Religion and Economic Growth across Countries // *American Sociological Review*. 2003. Vol. 68. Iss. 5. P. 760-781.
4. **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.
5. **Iannaccone L. R.** Introduction to the Economics of Religion // *Journal of Economic Literature*. 1998. № 36 (3). P. 1465-1496.
6. **Noland M.** Religion and Economic Performance // *World Development*. 2005. Vol. 33. Iss. 8. P. 1215-1232.
7. **Schwartz S., Huismans S.** Value Priorities and Religiosity in Four Western Religions // *Social Psychology Quarterly*. 1995. Vol. 58. № 2. P. 88-107.
8. **Weber M.** *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. N. Y.: Free Press, 1958.