

Влияние культурных ценностей на поведение в экономике

Исследования связей психологии, культуры и экономики набирают все большую популярность среди специалистов разных научных дисциплин. В рамках экономической теории поведение экономических субъектов обуславливалось принципами полной (классическая школа) или ограниченной (институциональные концепции) рациональности. В первой четверти XX в. особое внимание экономисты стали уделять сторонним факторам, внешним и внутренним, влияющим на индивидуальный выбор. Получают развитие междисциплинарные научные исследования в области поведенческой экономики, экономической социологии. Центральные работы в культурной экономической социологии принадлежат П. Ди Маджио и В. Зелицеру. Одной из первых в отечественной социологии эмпирических работ, посвященных изучению ценностей личности, было исследование А. Г. Здравомыслова и В. А. Ядова, подробно описанное в книге «Человек и его работа» [1, с. 100]. Представители данного направления ставили своей целью одновременный учет как экономических, так и культурных факторов – норм, традиций, ценностей, влияющих на экономический выбор [2, с. 184].

Экономическая деятельность, являясь одной из ведущих в жизни как отдельного человека, так и всего общества, не может не находиться под влиянием культурных ценностей, и этому имеется немало подтверждений. Так, например, рыночные реформы в мусульманских странах сталкивались с традиционным религиозным неприятием нововведений [3, с. 2]. Трансформация экономики в сторону рынка потребовала преодоления религиозного предубеждения к ссудному проценту. Российский профессор, доктор философских наук В. К. Трофимов, специализирующийся на изучении особенностей русского менталитета, отмечал, что

в прошлом Россия – страна рискованного земледелия, где каждые третий-пятый годы были неурожайные. Короткий сельскохозяйственный цикл – 4–5 месяцев – заставлял земледельца постоянно торопиться. Посев и жатва превращались в настоящую страду, битву за урожай. Именно поэтому нашим людям свойственно работать аврально, когда это критически важно, а все остальное время – реагировать на обстоятельства [4, с. 102]. Таким образом, ценностный и традиционный аспекты влияют и на форму организации труда, и на формирование социально-экономических институтов, и в конечном счете масштабируются до явлений макроэкономического уровня.

Ценности выполняют важнейшие функции: мировоззренческую, которая выражается в отражении мира реальных вещей через призму социокультурных, моральных и этических норм, и целеполагания, предполагающую постановку целей и пути их реализации. Исходя из этого, изучение влияния ценностей на экономическое поведение становится инструментом анализа мотива экономических действий и решений. Однако абстрактность объекта изучения ставит ряд проблем: какие методы использовать для исследования? В каких единицах измерения выразить значимость ценностей? Как связать ценности с нашими действиями и намерениями? В данном отношении интересно исследование профессора НИУ ВШЭ Н. М. Лебедевой. В работе [5, с. 104–106] связь ценностей с социально-экономическими явлениями анализируется с помощью множественного регрессионного анализа. Все многообразие жизненных ситуаций (например, коррупционное поведение) условно разделяется на две группы: типичные и нетипичные, а значимость ценностных установок определяется по методике Шварца. Опираясь на данное исследование, можно сделать ряд нетривиальных выводов, позволяющих понять, как ценности влияют на экономику. Во-первых, влияние ценностей часто не осознается индивидом. Регрессионный анализ показал, что, осознавая превалирование той или иной ценности, индивид, тем не менее, не уделяет большого внимания ситуациям, относящимся к ней, то есть имеет место такое явление, как занижение типичности. Во-вторых, установки людей в различных ситуациях находятся в оппозиции с их оценками типичности поведения в этих ситуациях. Например, в ситуациях, где про-

является коррупционное поведение, люди воспроизводят эти отношения, не одобряя их [5, с. 105–106].

Сегодня с большой скоростью меняются условия, в которых живут люди, социальные отношения — и вместе с ними меняются ценности. В процессе реформ последних трех десятилетий сознание россиян подверглось не менее сильным трансформациям, чем экономика. Например, приватизация рассматривалась одними как правомерный способ получения прав собственности, другими – как разграбление. Часть населения стала рассматривать предпринимательский успех по принципу «цель оправдывает средства». У других, наоборот, укрепился экономический абсентеизм, безынициативность, боязнь риска, увольнения. Кроме того, активное нагнетание неопределенности поддерживалось новым типом индивидуализма, разрывало связь, создавая «общество риска».

Таким образом, как атрибут культурной идентичности ценности играют огромную роль. Чтобы не потеряться в быстро несущемся потоке экономической и политической жизни, необходимо поддерживать приверженность «здоровым» ценностям, которые выполняют санирующую функцию в экономике страны и обеспечивают устойчивое развитие общества.

Библиографические ссылки

1. *Лебедева Н. М., Татарко А. Н.* Ценности культуры и развитие общества. М., 2011. Гл. 3. С. 134–150.
2. *Altman M.* Handbook of Contemporary Behavioral Economics: Foundations and developments. N. Y. ; London, 2006. 762 p.
3. *Новикова Е. Ю.* Ценности и экономическая деятельность // Вестн. РЭА им. Г. В. Плеханова. 2008. № 4. С. 13–20.
4. *Трофимов. В. К.* Судьба России: духовные ценности и национальные интересы : тез. Второй всерос. конф. Екатеринбург, 1996. С. 93–130.
5. *Лебедева Н. М.* Влияние ценностей культуры на оценку ситуаций социального и экономического поведения // Альманах современной науки и образования. 2010. № 10. С. 104–106.