

Глава 8.

**СООТНОШЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ И МОДЕЛЕЙ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ:
МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ¹¹**

ВВЕДЕНИЕ

Начиная с классической работы М. Вебера [Вебер, 2002] 1905 года, влияние религии на экономическое поведение признано неоспоримой данностью. Однако при обобщении исследований, проведенных в этой области, оказывается, что все они посвящены изучению экономической успешности или неуспешности представителей тех или иных конфессий [Mitchell, 1969; La Porta et al., 1997; Barro & McCleary, 2003; Guiso et al., 2003; Putnam, 1993; Сусоколов, 2006, 2009, 2011], и при этом практически отсутствуют исследования, в которых рассматривались бы конкретные экономические представления и установки различных конфессиональных групп.

Несмотря на то, что религия как фактор экономического поведения стала рассматриваться ещё в самом начале века, культура в целом, являясь более широким контекстом человеческого бытия, оставалась достаточно долго без значительного внимания при обсуждении вопросов о причинах экономического процветания различных стран. Только к концу XX века, в середине 80-х годов, в западной науке начинают появляться исследования в области экономической психологии, учитывающие культурный контекст [Siega et al., 1985; Furnharn et al., 1986; Furnham, 1987]: это, в большинстве своем, изучение экономических установок и представлений - восприятие экономической справедливости и восприятие бедности. Чуть позже, к началу 90-х, появляются работы, посвященные изучению культурного аспекта экономической социализации [Roland-Levy, 1990a, Roland-Levy, 1990b, Leiser et al., 1990]. Что касается российской науки, то здесь сама идея изу-

¹¹ Исследование выполнено при поддержке РГНФ, проект № 11-06-0056а (Взаимосвязь компонентов психологической структуры социального капитала и установок экономического поведения).

чения экономических представлений появилась достаточно поздно [Линчевский, 1981; Китов, 1987; Попов, 1989; Филиппов и др., 1989], а культура как фактор, определяющий экономическое поведение, привлекла к себе внимание только к концу 90-х годов [Социальная психология экономического поведения, 1999].

В данной работе предпринята попытка рассмотреть влияние ценностей через призму религии на экономические представления и установки. Роль культуры отчетливо видна, если сопоставить этнические группы, этногенез которых проходил в одной экологической нише, но культуры которых были различными. Для такого сопоставления, на наш взгляд, идеально подходят народы Кавказа и Закавказья, часто объединяющиеся в одну группу, но при этом имеющие отличающиеся ценности в зависимости от конфессиональной принадлежности. Именно поэтому нами и были выбраны данные группы респондентов: христианские и мусульманские народы Кавказа и Закавказья.

Подобный подход к предмету и структуре исследования является новым, поскольку почти все работы, направленные на выявление взаимосвязи религии и экономического поведения, ориентированы, следуя традиции М. Вебера, на выявление экономически «успешных» и «неуспешных» конфессий. Ниже представленное исследование направлено на изучение взаимосвязей ценностей и экономических установок у представителей разных конфессий.

Цель исследования: изучение взаимосвязей культурных факторов (ценности, конфессиональная принадлежность) с экономическими установками.

Объект исследования: экономические установки христиан и мусульман.

Предмет исследования: взаимосвязь ценностей и экономических установок представителей мусульманской и христианской конфессий

Теоретическая гипотеза: экономические установки взаимосвязаны с ценностями, структура этих взаимосвязей культурно-специфична, и, в частности, обусловлена религией, разделяемой в той или иной культуре.

НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Частные гипотезы:

1. Существуют различия в экономических установках, ценностях христиан и мусульман.

2. Структура взаимосвязей ценностей и экономических установок отличается в разных конфессиональных группах.

Методика. В главе 2.1 «Методика исследования влияния культуры на экономическое поведение» было дано описание исследовательского инструментария. Непосредственно в данной работе использовались две методики:

1) опросник исследования ценностей Ш. Шварца (в анкете под № 1);

2) методика сценариев экономического поведения (в анкете под № 17).

Из общей выборки исследования отбирались представители христианских (армяне, грузины, осетины) и мусульманских (чеченцы, дагестанцы, кабардинцы) народов Кавказа и Закавказья. Такой выбор был обусловлен тем, чтобы избежать влияния таких побочных переменных, как этническая и региональная принадлежность: все респонденты проживают в одном регионе, а различия в этнической принадлежности компенсируются схожестью ценностной структуры, норм и традиций народов Кавказа. Общий объем выборки - 125 человек, из которых 60 представителей христианских народов и 65 - мусульманских.

Таблица 1

Группа	Число респондентов	Описание выборки	
		Пол	Возраст
Христиане	60	Ж - 36.7 % М - 61.7 % пропущено - 1.7 %	Минимум = 18 Максимум = 60 Медиана = 28
Мусульмане	65	Ж - 45.5% М - 54.5%	Минимум = 17 Максимум = 68 Медиана = 25

Для выявления различий в ценностях и экономических установках христиан и мусульман использовался непараметрический критерий Колмогорова - Смирнова (так как выборки небольшие, и распределение отличается от нормального). Для поиска взаи-

связей между ценностями и экономическими установками проводился корреляционный анализ с использованием коэффициента Спирмена.

РЕЗУЛЬТАТЫ

1. Сравнение ценностей и экономических установок христианских и мусульманских народов Кавказа и Закавказья.

Прежде чем говорить о взаимосвязях ценностей и экономических установок, необходимо изучить сравниваемые группы с точки зрения выраженности тех или иных ценностных приоритетов и экономических установок. Далее приведены результаты сравнения двух групп по 10 ценностным блокам.

Таблица 2

Различия в ценностях у христианских и мусульманских народов Кавказа и Закавказья

Показатели	Среднее (Христианские народы)	Среднее (Мусульманские народы)	Уровень Значимости различий
Безопасность	4.32	4.55	.025
Конформность	4.23	4.45	.016
Традиция	3.50	3.86	.013
Благожелательность	4.07	4.42	.001
Универсализм	3.86	3.88	.930
Саморегуляция	4.08	4.05	.570
Стимулирование	3.67	2.96	.000
Гедонизм	4.06	3.57	.011
Достижение	3.86	3.85	.655
Власть	3.59	3.26	.013

Результаты сравнения показывают, что данные группы достаточно сильно различаются по ценностно-мотивационным приоритетам. Так, по 7 из 10 блоков ценностей обнаружены значимые различия. У христиан сильнее выражены ценности Стимуляции, Гедонизма и Власти, а у мусульман - ценности Безопасности, Конформности, Традиции и Благожелательности.

В Таблице 3 представлены результаты сопоставления групп по ценностно-мотивационным ориентациям.

Таблица 3

**Различия по ценностно-мотивационным блокам
у христианских и мусульманских народов
Кавказа и Закавказья**

Показатели	Среднее (Христианские народы)	Среднее (Мусульманские народы)	Уровень Значимости различий
Открытость изменениям	3.88	3.50	.000
Самоутверждение	3.73	3.56	.045
Самопреодоление	3.96	4.15	.003
Сохранение	4.02	4.29	.000

Сравнение двух групп по четырем типам мотивации позволяет наглядно продемонстрировать диаметрально противоположные приоритеты в ценностях: для мусульман важны ценности Сохранения и Самопреодоления, тогда как для христиан - Открытости к изменениям и Самоутверждения.

Далее, в Таблице 4, приведены результаты сравнения групп по выраженности тех или иных экономических установок.

Таблица 4.

**Различия в экономических установках у христианских
и мусульманских народов Кавказа и Закавказья**

Показатели		Среднее (Христианские народы)	Среднее (Мусульманские народы)	Уровень значимости различий
1		2	3	4
Экономическая самостоятельность	Эмоциональное предпочтение	3.98	4.28	.31
	Готовность	3.93	3.68	.37

Продолжение таблицы 4

1		2	3	4
Экономия времени	Эмоциональное предпочтение	4.22	4.19	.92
	Готовность	4.05	4.36	.34
Долговременная экономическая перспектива	Эмоциональное предпочтение	4.07	4.18	.70
	Готовность	3.76	3.71	.86
Экономность	Эмоциональное предпочтение	2.81	3.85	.01
	Готовность	2.62	3.49	.02
Экономический интерес	Эмоциональное предпочтение	3.21	3.05	.60
	Готовность	2.77	2.56	.48
Приоритет закона над прибылью	Эмоциональное предпочтение	2.78	3.42	.15
	Готовность	2.61	2.98	.33
Экономическая активность	Эмоциональное предпочтение	3.77	3.89	.69
	Готовность	3.54	3.24	.30
Приемлемость кредитов	Эмоциональное предпочтение	2.71	2.60	.74
	Готовность	2.75	2.57	.59
Распределение финансового вознаграждения по справедливости	Эмоциональное предпочтение	4.45	4.90	.18
	Готовность	4.33	4.75	.19
Подверженность импульсивным покупкам	Эмоциональное предпочтение	3.09	2.35	.14
	Готовность	2.88	2.81	.84
Приоритет творчества в работе	Эмоциональное предпочтение	3.45	3.47	.95
	Готовность	3.10	3.15	.89

В экономических установках двух рассматриваемых групп значимых различий почти не обнаружено. Единственная модель экономического поведения, по которой группы значительно отличаются, - это экономность: мусульмане более склонны экономить деньги, причем склонность эта отражается как по шкале эмоционального предпочтения, так и по шкале готовности.

2. Взаимосвязь ценностей и экономических установок у мусульманских и христианских народов Кавказа и Закавказья.

Теперь перейдем к рассмотрению взаимосвязей между ценностями и экономическими установками, которые были обнаружены в ходе исследования.

Таблица 5

Взаимосвязь ценностей индивидуального уровня и экономических установок (Мусульманские народы)

N. Ценности	Экономические установки N.	Безопасность	Конформность	Традиция	Благожелательность	Универсализм	Самостоятельность	Стимуляция	Гедонизм	Достижение	Власть
Экономическая самостоятельность	Готовность			-.21*							
Экономия времени	Эмоциональное предпочтение					-.29**					
	Готовность		-.20*			-.20*					
Долговременная экономическая перспектива	Готовность				.23**						
Экономность	Готовность		.22*		.20*			-.22*			
Экономический интерес	Готовность				.20*						
Приоритет закона над прибылью	Эмоциональное предпочтение									-.23*	
	Готовность		.24**		.29**			-.18*			-.26**
Распределение финансового вознаграждения по справедливости	Эмоциональное предпочтение	.31***						-.26**			
	Готовность	.26**						-.28**			

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Подверженность импульсивным покупкам	Эмоциональное предпочтение	-.28**					.19*	.19*			
	Готовность							.23*	.23*		
Приоритет творчества в работе	Готовность						.25**				-.19*

Среди мусульман готовность к экономической самостоятельности негативно взаимосвязана с ценностью Традиции. По обеим шкалам сценария «сохранить время, потратив деньги» обнаружена негативная взаимосвязь с Универсализмом, готовность к такому выбору также связана с Конформностью. Готовность к долговременной экономической ориентации позитивно коррелирует с Благожелательностью. Мусульмане, готовые экономить, отличаются высокими показателями по ценностям Благожелательности и Конформности и низкими - по ценности Стимуляции. Благожелательность также положительно взаимосвязана с экономическим интересом. Стремящиеся к достижениям представители мусульманских народов позитивнее относятся к нарушению закона ради прибыли, чем их менее амбициозные собратья. При сочетании высоких показателей по ценностям Власти и Стимуляции, мусульманин будет готов нарушить закон ради прибыли. Однако ценности Сохранения препятствуют такому решению: Благожелательность и Конформность позитивно связаны с приоритетом закона над прибылью. Эмоциональное предпочтение и готовность к распределению финансового вознаграждения по справедливости в группе мусульман позитивно связаны с Безопасностью, негативно - со Стимуляцией. Эмоциональное предпочтение импульсивных покупок негативно связано с Безопасностью, позитивно - с Самостоятельностью и Стимуляцией; готовность делать такие покупки - позитивно со Стимуляцией и Гедонизмом. Готовность выбрать творческую работу в ущерб высокому заработку позитивно связана с Самостоятельностью, негативно - с Властью.

Таблица 6

**Взаимосвязь 4 ценностно-мотивационных блоков
с экономическими установками (Мусульманские народы)**

Ценностно-мотивационные блоки		Открытость к изменениям	Самоутверждение	Самопреодоление	Сохранение
Экономические установки					
Экономическая самостоятельность	Готовность	.17*			
Экономия времени	Эмоциональное предпочтение			-.21**	
	Готовность		.16*	-.21**	
Долгосрочное планирование	Готовность			.18*	
Экономность	Готовность			.19*	.19*
Приоритет закона над прибылью	Эмоциональное предпочтение		-.21*	.17*	
	Готовность		-.30**	.26**	.21**
Приоритет творчества в работе	Эмоциональное предпочтение	.32**			
	Готовность	.28**			
Подверженность импульсивным покупкам	Эмоциональное предпочтение	.20*			-.22*
	Готовность	.21*			-.23**
Приоритет творчества в работе	Готовность		-.22*	.22*	

Здесь мы видим, что ценностно-мотивационный блок *Открытость к изменениям* в группе мусульман коррелирует с позитивным эмоциональным отношением к таким формам экономического поведения, как приоритет творчества над прибылью в

работе и необдуманные покупки; высокие показатели по данному мотивационному блоку у мусульман могут стать предпосылкой экономической самостоятельности, выбора творческой работы и совершения необдуманных покупок.

Ценности Самоутверждения позитивно связаны с готовностью экономить время, тратя деньги, негативно - с эмоциональным предпочтением и готовностью следовать закону, отказываясь от нелегальной прибыли, и с выбором работы менее прибыльной в пользу работы творческой.

Ценностно-мотивационный блок *Самопреодоление* оказался в выборке мусульман самым насыщенным по связям с экономическими установками. Мусульмане с высоким показателем *Самопреодоления* не хотят и не готовы тратить деньги, чтобы сэкономить время. При этом они предпочитают следовать закону, экономить деньги и склонны к долгосрочному планированию. Такие люди также предпочитают творческую работу прибыльной.

Таблица 7

Взаимосвязь ценностей индивидуального уровня и экономических установок (Христианские народы)

Ценности		Конформность	Традиция	Благожелательность	Универсализм	Самостоятельность	Стимуляция	Гедонизм	Достижение
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Экономическая самостоятельность	Эмоциональное предпочтение						-.38**		
	Готовность						-.36**		
Экономия времени	Готовность							.29*	
Экономность	Эмоциональное предпочтение						-.31*		-.33*
	Готовность								-.34*
Экономический интерес	Эмоциональное предпочтение					.40**			

Продолжение таблицы 7

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Экономическая активность	Эмоциональное предпочтение		-.34*						
Приемлемость кредитов	Эмоциональное предпочтение				.35*			-.36*	
	Готовность		.30*		.43**			-.40**	
Подверженность импульсивным покупкам	Эмоциональное предпочтение			.30*		.38**			
	Готовность					.29*			
Приоритет творчества в работе	Эмоциональное предпочтение	-.30*			.37**				
	Готовность				.36*			-.35*	

Оба измерения экономической самостоятельности в выборке христиан негативно коррелируют со Стимуляцией. Готовность экономить время, тратя деньги, - позитивно с Гедонизмом. Эмоциональное предпочтение экономной траты денег негативно связано со Стимуляцией и Достижением, а готовность - только с Достижением. Экономический интерес позитивно связан с ценностью Самостоятельности, а экономическая активность - негативно с ценностью Традиции. Христиане, демонстрирующие высокий показатель по ценности Универсализма и низкий - по ценности Гедонизма, эмоционально принимают идею кредитования. Что же касается готовности брать кредиты, то здесь положительная корреляция наблюдается с ценностями Традиции и Универсализма, негативная - с ценностью Гедонизма. Позитивное отношение к импульсивным покупкам связано в группе христиан Кавказа и Закавказья с ценностями Благожелательности и Самостоятельности, а готовность совершать их - только с ценностью Самостоятельности. Христиане, отдающие предпочтение творческой работе перед высокооплачиваемой, имеют низкие показатели по ценности Конформности, и высокие - по ценности Универсализма. Готовы же выбрать такую работу люди с низким показателем по уровню Гедонизма и высоким - по Универсализму.

Таблица 8

**Взаимосвязь 4 ценностно-мотивационных блоков с
^ ^ экономическими установками (Христианские народы)**

Ценностно-мотивационные блоки		Экономические установки	Открытость к изменениям	Самопреодоление	Сохранение
Экономическая самостоятельность	Эмоциональное предпочтение		.26*		
Экономия времени	Эмоциональное предпочтение			-.29*	
	Готовность			-.29*	
Экономность	Эмоциональное предпочтение				.27*
	Готовность				.27*
Экономический интерес	Эмоциональное предпочтение				
	Готовность		.28*		
Экономическая активность	Эмоциональное предпочтение				-.39**
	Готовность				-.27*
Приемлемость кредитов	Эмоциональное предпочтение			.29*	
	Готовность			.35**	
Подверженность импульсивным покупкам	Эмоциональное предпочтение		.26*		

Корреляционный анализ в группе христиан показал отсутствие значимых связей между ценностями Самоутверждения и экономическими установками респондентов.

Ценности Открытости к изменениям в этой группе позитивно коррелируют с экономической самостоятельностью, с эмоциональным предпочтением и готовностью проявлять экономический интерес, а также с позитивным отношением к совершению необдуманных покупок.

Ценности Самопреодоления негативно связаны с желанием и готовностью экономить время, а не деньги, и позитивно с приемлемостью кредитов (по обоим шкалам).

Ценности Сохранения позитивно связаны с желанием и готовностью экономить деньги, и отрицательно - с обоими измерениями экономической активности.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Полученные результаты позволяют утверждать, что две рассматриваемые группы - мусульманские и христианские народы Кавказа и Закавказья - имеют различные ценностные приоритеты. Сравнительный анализ показал, что по семи из десяти ценностей, заложенных в методике Ш. Шварца, эти группы имеют значимые различия. Анализ по двум ценностным оппозициям дал ещё более наглядный результат: представители этих двух групп отдают приоритет различным полюсам двух осей.

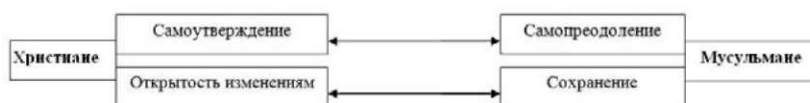


Рисунок 1 – Расположение представителей христианских и мусульманских народов Кавказа и Закавказья на ценностно-мотивационных осях (по Ш. Шварцу)

Сравнительный анализ по экономическим установкам показал, что группы очень похожи по предпочтению тех или иных моделей экономического поведения. Можно было бы предположить, что в таком случае культура не играет никакой роли в экономическом поведении, однако дальнейший анализ показал несостоятельность этого предположения. Оказалось, что одни и те же формы экономического поведения связаны в двух рассматри-

ваемых группах с абсолютно разными ценностями. Эта согласованность является, вероятно, продуктом схожих экономических условий в районах проживания представителей и той, и другой группы, но никак не отсутствия связи культуры с экономическим поведением.

Наглядным примером противоположных мотивов, приводящих к одинаковому поведению у представителей двух групп, может служить измерение экономической самостоятельности, которое в группе христиан оказалось негативно связанным со Стимуляцией, а в группе мусульман - негативно связанным с Традицией. Учитывая, что ценность Традиции относится к ценностям Сохранения, а ценность Стимуляции к ценностям Открытости к изменениям, ясно, что представители данных двух конфессий демонстрируют готовность к одинаковому поведению, исходя из абсолютно разных посылов. Связь ожидания экономической поддержки «сверху» с жадой нового у христиан может быть проинтерпретирована, на наш взгляд, двумя способами: первое объяснение заключается в том, что ценность Стимуляции в группе христиан понимается как просто получение удовольствия от жизни, новых впечатлений и т. п., но никак не усердие в работе, которое предполагает выбор самостоятельности в экономическом поведении. Второе объяснение основано на содержании самой ситуации, которая была заложена в методике для выявления данного показателя: в ситуации респонденту нужно было выбрать, предпочел бы он остаться работать в научно-исследовательском институте, с невысокой зарплатой и туманными перспективами карьерного роста, или же ушел бы с этой работы и открыл бы собственное дело. Специфика данной ситуации такова, что люди, высоко ценящие стремление к новому, могли почувствовать симпатию к человеку, предпочитающему заниматься наукой, а не бизнесом. У мусульман же такое поведение обусловлено традиционализмом - самостоятельность в экономическом поведении не относится к традиционалистским формам поведения.

Позитивная связь готовности к экономии времени, а не денег, с Гедонизмом у христиан вполне логична - тратя деньги и эконо-

мя время, ты также экономишь усилия, «балуешь себя». У мусульман по данной модели получены интересные связи с ценностно-мотивационными ориентациями: готовность экономить время, тратя деньги, позитивно связана с ценностями Самоутверждения, и обратно - Самопреодоления. Здесь проявляется какое-то нежелание мусульман тратить, что будет повторяться и в других ситуациях (вспомним также, что единственная ситуация, по которой группы значительно отличались, была «Экономность», и мусульмане здесь были на порядок экономнее христиан).

Интересен тот факт, что некоторые модели экономического поведения имеют связи с ценностями только в одной из двух рассматриваемых групп. Так, по установке на долгосрочную экономическую перспективу значимые взаимосвязи обнаружены только в группе мусульман. Здесь отражены важнейшие детерминанты поведения мусульман: готовность к долгосрочной экономической перспективе позитивно связана с Благожелательностью, что в данном случае можно расценивать как особую ценность семьи и близких, забота о которых и заставляет мусульман демонстрировать готовность к долгосрочной экономической перспективе.

В целом с долгосрочным планированием связан блок Самопреодоления, что может быть объяснено не только ролью родственных уз, но и в целом общинного уклада мусульманского общества.

Вторая установка, связей которой с ценностями у христиан не было обнаружено, - это «приоритет прибыли над законом». Для мусульман данная установка - самая насыщенная по связям с ценностями, что показательно. Так, эмоциональное предпочтение приоритета прибыли над законом позитивно связано с ценностью Достижения, что вполне объяснимо: ценности самовысечения всегда будут связаны с большей ценностью денег. Готовность к такому выбору негативно связана с Конформностью и Благожелательностью, что говорит о небольшой распространенности такого поведения и о нежелательности его при склонности к Самопреодолению. Позитивно готовность предпочесть деньги закону связана с ценностями Стимуляции и Власти, что также

связывается в единую структуру «власть - деньги». В целом по группе мусульман наблюдается четкая тенденция: стремление к самоутверждению может привести к нарушению закона ради прибыли, стремление к самопреодолению будет этому мешать. Отсутствие связей с ценностями в группе христиан в сочетании с низкими показателями по этой модели (по шкале эмоционального предпочтения $M = 2.78$, по шкале готовности $M = 2.61$) позволяет предположить, что представители данной группы достаточно равнодушно относятся к факту нарушения закона ради прибыли. Средние значения по этой модели у мусульман значимо не отличаются, поэтому можно предположить, что такое пренебрежение к закону является чертой общей, сформированной самим устройством законодательной и исполнительной ветвей власти на территории бывшего СССР, однако если для мусульман такое нарушение сопровождается включенностью глубинных ценностно-мотивационных структур личности, то христиане нарушают закон, не думая о своих ценностных приоритетах.

Последняя установка, в которую вовлечены ценности только в группе мусульман, - это предпочтения справедливого распределения вознаграждения (в противовес распределению «поровну»). Здесь эмоциональное предпочтение и готовность к распределению финансового вознаграждения по справедливости позитивно связаны с Безопасностью, негативно - со Стимуляцией. Связь с Безопасностью может свидетельствовать о готовности мусульман вкладываться в работу и их желании получать вознаграждение соответственно своему вкладу, поэтому ценность безопасности оказывает некоторое стимулирующее воздействие на такой выбор: «если я буду вкладываться больше, то я получу больше, это зависит от меня» (внутренний локус контроля).

С установками на экономическую активность и приемлемость кредитов ценности оказались связаны только в группе христиан. Так, эмоциональное предпочтение экономической активности здесь негативно связано с ценностью Традиции, что вполне ожидаемо - традиционное православное общество не поддерживает экономической активности. Православие всегда отдавало предпочтение бедности, целью труда является не материальный

успех, а созидание, поэтому «православная этика труда ориентирует на цель, лежащую вне экономики и вне хозяйства как такового» [Ефремов, 2011, с. 316].

Негативная связь приемлемости кредитов с Гедонизмом говорит, возможно, о нежелании «обременять» себя мыслями о выплатах по кредиту (особенно если учитывать, что опрос проводился, когда ещё многие на себе чувствовали последствия финансового кризиса, то такая связь кажется весьма логичной). Позитивно данный выбор связан с Универсализмом, что может быть объяснено неким доверительным отношением человека к миру, отражающимся, в частности, и в доверии к системе кредитования, в позитивном отношении к ней как дающей людям возможности. Интересно, что при анализе по мотивационным блокам взаимосвязь была получена только по группе ценностей Самопреодоления.

Достаточно показательны результаты по установке на интерес к экономике: если у христиан данная установка позитивно связана с ценностью Самостоятельности, то у мусульман - Благожелательности. Здесь ещё раз подтверждается симулирующая роль ценностей Самопреодоления для мусульман.

Весьма любопытными оказались полученные связи по установке на расточительность/экономность. Эмоциональное предпочтение расточительности в экономическом поведении у христиан положительно связано с ценностями Стимуляции и Достижения, а готовность к такому поведению - только с ценностью Достижения. Такая взаимосвязь может быть объяснена общей склонностью к «потребительской» философии, в рамках которой все эти компоненты - ценности Достижения, Стимуляции и склонность к расточительности - образуют единую систему: достигать, чтобы «иметь» и потреблять. У мусульман готовность к расточительности негативно связана с Благожелательностью и Конформностью, позитивно - со Стимуляцией. Такие связи, с одной стороны, говорят об экономности мусульман - расточительность не является привычной формой поведения среди данной группы. Только достаточно сильное стремление к новым впечатлениям может толкнуть мусульманина на расточительность.

Как мы видим, структуры взаимосвязей экономических установок и ценностей в двух группах существенно различаются. Единственная установка, при анализе которой была обнаружена некоторая универсальность - это позитивное отношение и готовность совершать необдуманные, импульсивные покупки. Схожесть двух групп здесь проявляется в позитивной взаимосвязи данной установки с ценностями Открытости изменениям (ценность Самостоятельности). Возможно, в целом у респондентов импульсивные покупки на эмоциональном уровне связаны с некоторой степенью свободы: я хочу сейчас купить эту вещь, я её куплю, это мое решение, мое желание - отсюда и связь этой установки с Самостоятельностью. Способствование Благожелательности импульсивным покупкам в выборке христиан может объясняться также этим чувством «свободного выбора», которое гармонично сочетается с ценностями Самопреодоления. Готовность совершать такие покупки у мусульман связана со Стимуляцией и Гедонизмом: то есть в группе мусульман необдуманная покупка - это только способ побаловать себя. Очевидно, даже в этом случае, когда в основе установки лежит определенная общечеловеческая потребность, которая, кажется, никак не детерминирована культурой, мы находим, тем не менее, некоторые еле уловимые различия, которые демонстрируют нам власть культуры над человеком со всей его ценностно-мотивационной структурой и системой установок.

ВЫВОДЫ

1. Полученные результаты показали, что группы христиан и мусульман Кавказа и Закавказья имеют различные ценностные приоритеты: мусульмане склонны к ценностям Сохранения и Самопреодоления, тогда как христиане - к ценностям Открытости изменениям и Самоутверждения.
2. Экономические установки у данных этнических групп достаточно похожи (только по установке на экономность выборка мусульман продемонстрировала значимо более высокий показатель), однако ценности, связанные с той или иной установкой, у двух групп различны.

- 2.1. Установки на экономическую пассивность и приемлемость кредитов имеют значимые связи с ценностями только в выборке христиан.
- 2.2. Установки на предпочтение справедливого распределения вознаграждения, на долговременную экономическую перспективу и на приоритет закона над прибылью значимо связаны с ценностями индивидуального уровня только в группе мусульман.
- 2.3. Коррелятами экономических установок в группе христиан чаще всего оказываются ценности Стимуляции и Достижения, а в группе мусульман - Благожелательности и Традиции.
- 2.4. Анализ по четырем ценностно-мотивационным ориентациям показал, что для христиан ценности Самоутверждения никак не связаны с экономическими установками; все «продуктивные» экономические установки позитивно связаны с ценностями Открытости изменениям.
- 2.5. Для мусульман самой «сильной» ценностной ориентацией оказалось Самопреодоление: с этим блоком ценностей экономические установки мусульман обнаруживают наибольшее количество связей. Эти ценности связаны со «сдержанными», «рассудительными» экономическими установками: экономить, планировать, не нарушать закон.
- 2.6. В обеих группах Открытость к изменениям придает некую «легкость» экономическим установкам респондентов: они более склонны выбирать творческую работу в ущерб прибыли и готовы совершать необдуманные, импульсивные покупки.