

УДК 330.16

ЦЕННОСТНО-АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ВЫБОРА МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

© 2008 г. О.В. Бондаренко

Шахтинский институт (филиал) Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института)

Выявлены ценностно-аксиологические факторы, влияющие на выбор россиянами тех или иных способов поведенческой адаптации к новым социально-экономическим условиям. Установлено, что на выбор рыночной предпринимательски-активной модели экономического поведения влияет набор ценностей, соответствующих рыночной культуре: работа (дело), богатство (потребление), достижительность (статус, престиж). Описаны результаты соответствующих эмпирических исследований.

There were investigated the axiologic and value factors, which exert influence on how Russians choose the way of behavioral adoption for special social and economic conditions. It's found out, that the choice of active entrepreneurial model (economic behavior) depends on the number of market culture values, as: work (business), wealth (consumption), image (standing). All the information in the article is an empirical knowledge.

Ключевые слова: экономическое поведение, модели поведения, интересы, коллективизм, индивидуализм.

Существующие типы экономического поведения, безусловно, имеют выраженную социальную укорененность и тесно связаны с ценностно-нормативными системами, поддерживающими тот или иной тип экономического поведения. Попробуем более детально выявить ценностно-аксиологические факторы, влияющие на выбор россиянами тех или иных способов поведенческой адаптации к новым социально-экономическим условиям.

Речь пойдет о некоторых единичных поведенческо-экономических актах, поскольку говорить об их ценностном обосновании практически невозможно.

Л. В. Корель отмечает, что в бифуркационных средах адаптирующиеся субъекты реагируют на изменения среды, прежде всего, поведенчески¹, а не изменением ценностных моделей. Вынужденные адаптивные реакции далеко не всегда являются результатом стратегии как пролонгированной совокупности действий. Это предполагает использование способов действия, отобранных в результате более или менее сознательного выбора, который предполагает культурную укорененность,

опору на ту или иную аксиологическую модель. Нельзя не согласиться с В. В. Радаевым, который писал об опосредованной взаимосвязи поведенческой стратегии и ценностной системы, выраженной в принципах действия, представляющих собой «конкретные практические императивы, привязанные к повседневной жизни человека, к области его (ее) практической компетенции»². Таким образом, стратегический выбор люди осуществляют, руководствуясь принципами повседневной жизни, а не становясь в «квази-экспертную» позицию, делая выбор между «ценностями рыночного общества» и «ценностями традиционного общества». Образование этих принципов есть результат взаимодействия диспозиции различного уровня, образующих дисфункциональную систему личности. Если под диспозицией понимать предрасположенность человека к восприятию условий, направляющих деятельность, то можно говорить об их практическом структурировании.

Благодаря иерархическому структурированию диспозиций и выявлению механизмов

¹ Корель Л. В. Социология адаптации.— Новосибирск, 1997— С. 26.

² Радаев В. В. Еще раз о предмете экономической социологии // Социологические исследования.— 2002.— №7.— С. 11.

диспозиционных связей можно показать преломление высших диспозиционных иерархий— ценностных ориентации в практические установки экономического поведения. Так, низший уровень диспозиций образуют специфические реакции субъекта на актуальную предметную ситуацию. Более сложный уровень диспозиций— система социальных фиксированных установок, связанных с включением индивида в первичные и другие контактные группы. Ценностные ориентации на цели жизнедеятельности и средства достижения этих целей составляют высшие диспозиции личности.

Рассмотрим диспозиционную структуру личности, склонной к реализации рыночного (предпринимательского) типа экономического поведения. Низший уровень диспозиционной структуры составляют специфические реакции, определяющие готовность личности включиться в новые экономические практики. Система установок такого типа индивида должна включать самостоятельность, независимость, конформизм, так как реализация новых типов поведения может потребовать вступления в конфронтацию с социальным окружением. Однако содержательно обосновывают внутреннее стремление предпринимателя к преобразующей деятельности только высшие социальные диспозиции— ценностные ориентации.

Исследования социально-экономических стратегий адаптации показали различия системы ценностных ориентации в зависимости от степени адаптированности и избранных моделей адаптации. Очевидно отличие группы «преуспевающих» от других по приоритетности богатства. По данным ВЦИОМ для 67 % опрошенных богатство — главный показатель успеха человека в жизни. Не согласны с этим только 12 % респондентов. Столь же богата содержанием ориентация на работу как ценность. В группе «успешных адаптантов» работа не только дает средства к существованию, но и выступает полем реализации способностей (опережая ценности семьи, супружеской жизни и здоровья). Исследования успешности адаптации установили не просто значимость, какой бы то ни было ценности, но значимость особого типа системы социально-ценностных диспозиций. Успех реализации адаптивной стратегии привязан к существованию у адаптирующейся личности таких характеристик, как решительность, оптимизм, коммуникабельность в сочетании с определенной

иерархией ценностных ориентации, ведущее место в которой принадлежит работе.

Как видим, предпринимательский тип диспозиционного набора обладает вполне успешным потенциалом адаптации к новым социально-экономическим условиям. Но соответствует ли этим диспозициям реальная группа новых русских предпринимателей? Это уже отдельная проблема.

В целом, можно сделать вывод, что на выбор рыночной предпринимательски-активной модели экономического поведения влияет набор ценностей, соответствующих рыночной культуре: работа (дело), богатство (потребление), достижительность (статус, престиж). Для успешной реализации данных ценностных ориентации, активизации определенного типа экономического поведения требуется набор диспозиций более низкого уровня, соответствующих «предпринимательскому профилю»: решительность, активность, оптимизм, коммуникабельность, открытость к новому, и добавим— «внутренний локус контроля», то есть высокая убежденность личности в своей способности определять свою судьбу.

Интересно установить, каков потенциал развития предпринимательски-активного рыночного типа экономического поведения. Для этого необходимо воспроизвести базовый набор ценностей среди российского населения. По данным большинства компетентных исследований (Н. И. Лапина, М. К. Горшкова, И. Клямкина, Ю. Левады и др.) выявлены основные детерминанты поведения, выраженные в следующих социокультурных переменных: 1) патернализм; 2) значение веры в общее дело; 3) коллективизм; 4) планирование временной перспективы; 5) покорность судьбе (фатализм); 6) стремление к успеху.

Так, склонность к патернализму в высокой степени демонстрируют до 50 % респондентов. Почти у 70 % опрошенных большую роль играет вера в общее дело. Высокий уровень коллективизма зафиксирован у 69 %, а 77 % горожан демонстрируют склонность строить планы в отношении работы и своей жизни. Более половины опрошенных занимают фаталистическую позицию (55 %), и почти столько же выявляют среднее стремление к успеху. Анализ результатов данных исследований ценен тем, что дает возможность построить эмпирически верифицируемые основные модели, связав социокультурные переменные в социокультурные синдромы более высокого уровня. Первый социокультурный тип можно

назвать пассивно-традиционным. Второй— активно новационным. К первому из них можно отнести 55 % респондентов. Интересно, что даже вынужденно включаясь в рыночные отношения эти люди сохраняют привязанность к традиционному ценностно-нормативному идеалу. Разделяемые ими ценности не позволяют активно включиться на основе рыночно-рациональной стратегии в экономические обмены. Второму типу присущи характеристики, связанные с изменениями, активностью, личностными и индивидуалистическими установками. Только 15 % опрошенных отнесли себя к носителям данного типа. При этом 8 % указали на большую привлекательность для них типа «рационально-рыночного» человека (стремление многого достичь, добиться успеха, жизнь и работа на основе тонкого расчета, деловитость, практичность и т. д.).

Данные различных исследований позволяют говорить о наличии ценностно-аксиологической стратификации в нашем обществе:

- 1) традиционалисты— 29,6 %;
- 2) традиционные консерваторы (умеренная периферия коллективного электората)— 7,8 %;
- 3) анархисты (неадаптированные носители идей социальной справедливости) — 20,8 %;
- 4) либералы-индивидуалисты (модернисты в чистом виде с индивидуалистическим сознанием и достиженческими установками) — 29 %;
- 5) неоконсерваторы (за различные реформы, но с опорой на традиционные ценности) - 12 %.

И хотя эта стратификация не содержит указания на принципы экономического поведения, а является скорее ценностно-идеологической, тем не менее, явственно видна категория людей, сознательных выразителей либерально-рыночных ценностей— 29 %.

Российский независимый институт социальных и национальных проблем с 1992 г. проводил исследование динамики ценностей россиян более чем за 10 лет. За существующий период в России выявлено три основных модели ценностных систем. Одна тяготеет к индивидуальной модели западного типа (25—30 % населения), другая связана с носителями традиционалистской российской ментальности и тяготеет к патриархально-коллективной модели ценностей (35—40 %), остальные (30—35 %) составляют люди с противоречивым типом нравственного сознания³.

³Горшков М. К. Российское общество в условиях трансформации (социологический анализ).— М., 2000.— С. 253.

Учитывая, что приверженность новым экономическим формам связывается исследователями с привязанностью к либеральным ценностям (свобода, независимость, инициативность), следует отметить их рост в обществе за последнее время. В процессе формирования системы ценностей предпринимательско-рыночного типа отмечены факторы, которые, на первый взгляд, не соответствуют ни предпринимательскому образцу, ни рыночному типу экономического действия, ни названным ранее условиям успешной адаптации (к ним относятся тенденции аморализации и криминализации бизнеса). Объяснить подобную тенденцию можно нестыковкой стереотипов сознания, сформированного идеологической машиной дореформенного периода и завышенными моральными ожиданиями с жестокими условиями российского бизнеса.

Экономическое поведение российских предпринимателей определяется институциональными особенностями среды, воспроизводящей в качестве условий достаточно успешных практик, с одной стороны, обмена и вертикальные «патрон-клиентные» отношения, с другой стороны, разрушение традиционных социальных связей— «атомизацию» общества, размывание свойственных прежним социальным порядкам моральных устоев и ценностей соборности и коллективизма.

Ликвидация поведенческих и ценностных деформаций экономического поведения связывается с возможностями политической власти, государства как создателя, организатора, конфигуранта экономического поведения через законодательную деятельность, создание нормативно-правового институционального порядка. Роль государства как конфигуранта рынка становится все более значима в контексте изменения отношения к нему как организатору собственно человеческой жизни и деятельности. Все большее число россиян предпочитают надеяться на самих себя в первую очередь, все меньшее число — надеяться на политическую власть и государство.

Поведенческие стратегии в отличие от вынужденных адаптивных реакций требуют хотя бы элементарной ценностной рефлексии. Исследования социально-экономических стратегий адаптации показали различия системы ценностных ориентации субъектов в зависимости от степени адаптированности, а также в зависимости от избранных моделей адаптации.

Отличие ценностных ориентации успешно адаптированных и преуспевающих индивидуальностей— в большей степени выраженности ценностей достижительной активности работы и материального благосостояния. Причем успех реализации адаптированной стратегии привязан к существованию у адаптирующейся личности таких индивидуально-личностных характеристик (диспозиций нижнего уровня иерархии), как решительность, оптимизм, коммуникабельность, открытость к новому и т. д.

Выбор альтернативных моделей адаптации определяет ценности традиционно-советской культуры: справедливость, скромность, бес-

корыстность, коллективизм, патернализм и т. д. Эмпирические исследования подтвердили, что характер данных ценностей препятствует успешному встраиванию экономического субъекта в рыночные отношения.

Литература

1. Горшков М.К. Российское общество в условиях трансформации (социологический анализ).-М., 2000.
2. Корель Л.В. Социология адаптации.—Новосибирск, 1997.
3. Радаев В.В. Еще раз о предмете экономической социологии //Социологические исследования.—2002.—№ 7.



Бондаренко Ольга Васильевна — доктор социологических наук, профессор, заведующая кафедрой «Гуманитарные и социальные науки» Шахтинского института (филиала) ЮРГТУ (НПИ), почетный работник высшей школы.

Автор публикаций по социальной аксиологии, социологии труда и экономической социологии.

346500 г. Шахты, пл. Ленина, 1
Тел. (86362) 25-9-75, gsn@itsinpi.ru