Коллективизм, самоэффективность, традиция

GaidLine, выпуск №7 (июль 2020). Рассказал: Максим Руднев, ведущий научный сотрудник Лаборатории сравнительных исследований массового сознания НИУ ВШЭ

Социолог Максим Руднев отвечает на самые важные вопросы о ценностях россиян и объясняет, почему мы не верим, что наши усилия дают результат

В последние годы много говорится про исследования ценностей и культурных аспектов, которые, как выяснилось, имеют куда большее значение, чем предполагалось. Много и тех, кто относится к этому скептично. Ценности, конечно, далеко не единственное, что влияет на поведение человека. Кроме того, ценности — это довольно абстрактные убеждения, и влияют они не столько на конкретные действия людей, сколько на общую направленность этих действий. Но влияние это безусловно существует и было подтверждено во многих исследованиях.

Ценности россиян имеют мало общего с ценностями европейцев? Можно ли вообще говорить о ценностях россиян в целом?

О россиянах в целом говорить удобно в том случае, когда мы описываем межстрановые различия и сходства и нас интересует именно связь проживания в стране со взглядами, убеждениями или поведением людей. Когда непосредственно задачи описать роль страны отсутствует, говорить о россиянах в целом не имеет большого смысла.

В Европе, включая Россию, индивидуальные различия в ценностях людей намного сильнее страновых. Чтобы проверить это, мы разработали общеевропейскую типологию, которая разбивает все население Европы на пять групп, каждая из которых включает людей с похожими ценностями. Все эти пять типов представлены во всех странах, включая Россию, отличие лишь в их относительной величине.

Например, в России в группу с ценностями «сильной социальной ориентации» входит 22% населения, а в Швеции — 4%. У россиян из этой группы гораздо больше общих ценностей со шведами из той же группы, чем с другими россиянами.

Почти все россияне, да и все европейцы, придают большую важность ценностям, служащим интересам группы или общества в целом, и меньшую важность тем ценностям, которые ориентированы на личный интерес. Если пытаться найти какую-то особую ценность, которая отличала бы россиян от жителей всех остальных стран, то ее нет. На уровне ценностей мы намного сильнее встроены в европейскую культуру, чем иногда может показаться.

Ценности россиян все еще определяются советским прошлым? Правда ли, что россияне — коллективисты?

Воздействие советского наследия на современные взгляды россиян, действительно, можно проследить, сравнивая Россию со странами, которые похожи на нее по различным характеристикам, но в которых не было советской власти. Вместе с тем сложно отделить влияние советского опыта от других исторических особенностей России, например, православия. А то, что россияне являются коллективистами, — это миф. Наши результаты, основанные на данных Европейского социального исследования, показывают, что для россиян намного более важны ценности самоутверждения (власть, богатство, достижение) и менее важны ценности заботы (природа, равенство, забота о ближних), чем для жителей США или Западной Европы.

Отдельный вопрос — что именно называют «коллективизмом» и «индивидуализмом». Оба термина пришли из начала прошлого века, в 1980-х подверглись жесткой критике за неопределенность значения, в результате чего появились термины вертикального и горизонтального индивидуализма и коллективизма, а затем они были встроены в более содержательно богатую и всеобъемлющую теорию ценностей Шварца, которая и по сей день остается наиболее популярной.

В одной из интерпретаций к «индивидуализму» можно отнести ценности самоутверждения и открытости — это ценности, подчеркивающие важность личных интересов. Так вот, по самоутверждению россияне — чемпионы Европы.

А ценность открытости у россиян по сравнению с жителями западно- и североевропейских стран выражена несколько слабее. Однако Россия в этом не одинока, вместе с ней тут оказываются не только предсказуемые посткоммунистические страны, но также и южно-европейские, такие как Испания, в которых не было коммунизма. Это говорит о том, что если опыт коммунизма и оказал на эти ценности влияние, то он был не единственным определяющим фактором.

Почему россияне не верят в то, что они могут что-то изменить? Связано ли это как-то с их ценностями?

В данный момент мы с Владимиром Магуном и Артемом Земцовым проводим исследование, которое касается самоэффективности (self-efficacy). Это понятие было предложено в 1970-х американским психологом Альбертом Бандурой. Самоэффективность — это уверенность человека в том, что он способен к определенному действию и вера в то, что его усилия приведут к желаемой цели. Мы фокусируемся на политической самоэффективности и ее связи с базовыми ценностями. Наша идея заключается в том, что самоэффективность связана не только с оценкой внешних условий, но также и с мотивацией к действию, представленной ценностями.

Другими словами, мы предполагаем, что на самоэффективность влияют два основных фактора. Первый — это ощущение «дадут ли мне шанс?» — восприятие возможностей. Второй — это ощущение «хочу ли я?» — мотивирующие ценности и более конкретные их воплощения.

Из этих двух факторов рождается ощущение самоэффективности — «смогу ли я?» и «получится ли у меня?». У россиян довольно низкий уровень политической самоэффективности. Например, 47% россиян считают, что совсем не способны «принимать активное участие в работе какой-либо группы, занимающейся политическими вопросами» (Европейское социальное исследование, 2018 год). Это может быть связано с одним или обоими упомянутыми факторами. Если политические свободы ограничены и политическое участие воспринимается как действие опасное, бесполезное, осуществляемое какими-то странными людьми (с отличающимися от «наших» ценностями), то даже если есть мотивация, веры в успешное осуществление своих целей не появится. С другой стороны, если нет мотивации в чем-то участвовать, то даже наличие условий не приведет к формированию самоэффективности — человек, который не хочет идти на митинг, на вопрос, способен ли он туда пойти, будет склонен ответить «нет», а тот, который хочет, будет более оптимистичен в оценке своей способности и возможностей для участия даже несмотря на сложные обстоятельства.

Эту логику можно распространить и на другие виды деятельности, например, на предпринимательство.

Люди, для которых важны успех и независимость, мотивированы к созданию и ведению своего бизнеса и более оптимистично оценивают свои способности в этой сфере. Конечно, представление о сложностях ведения бизнеса может убить мотивацию, но это не отменяет того, что мотивация подогревает уверенность в своих силах.

Аналогично эти механизмы могут действовать и в «патерналистских» схемах: для того, чтобы успешно получать от государства ресурсы, нужны и мотивация, и позитивная оценка условий получения, и вера в собственные силы. Те же ценности самостоятельности могут находить свое воплощение в творческом построении схем откачивания ресурсов, креативного построения карьеры в государственных органах и так далее.

Что может стать причиной изменения ценностей?

В теории Рональда Инглхарта ценности, сложившиеся в «формативный период», к которому относят возраст подростничества и ранней взрослости, остаются довольно устойчивыми на протяжении жизни человека. Поэтому смена ценностей на уровне общества возможна только через смену поколений.

Если новое поколение растет в материальной безопасности, его ценности, вероятно, будут отличаться от ценностей поколения, которое выросло под угрозой потери питания или жилья. Более «сытые» поколения обычно предъявляют более высокие требования к демократии и придают большую значимость ценностям самовыражения.

В концепции Кристиана Вельцеля взросление в материально безопасной среде приводит к росту эмансипационных ценностей, то есть формирует такие взгляды, которые подчеркивают индивидуальную автономию, свободу самовыражения, толерантность и — в результате — общее ощущение наделенности правами.

Я считаю, что напрямую повлиять на ценности целого общества очень трудно. Можно улучшать условия, в которых растет новое поколение, и тогда у него сформируются другие ценности. В последние десять лет мы зафиксировали рост ценностей риска-новизны и гедонизма среди россиян, и этот рост произошел в основном благодаря приходу нового поколения, выросшего в относительно благоприятной с материальной точки зрения среде. Если же, например, развивать пропаганду «традиционных ценностей», то это не приведет к существенным изменениям: принуждение и навязывание могут скорректировать поведение, навязать социальные нормы, но вряд ли изменят ценности.

Но все эти рассуждения касаются «нормального» положения вещей. Когда же происходят революционные изменения в обществе (такие как распад советской системы) и в частной жизни (например, иммиграция в другие страны), такие резкие изменения могут создать травму и резко изменить ценностные предпочтения.

Хотя в данный момент трудно говорить о масштабах влияния пандемии коронавируса на ценности людей, уже сейчас можно сказать, что практически для всех повысится важность безопасности, а для многих она выйдет на первое место.

Остальные последствия будут связаны с масштабом экономического спада, который последует за карантином, — ценности самоутверждения и сохранения, вероятно, вырастут, а важность заботы о людях и природе снизится или перестанет расти. Но самое важное, если спад этот будет длительным, есть вероятность, что он окажет влияние на ценности взрослеющих молодых людей, которые только формируются. В результате, это может повлиять на общество уже середины XXI века, в котором ценности открытости, заботы, самовыражения будут менее важны, чем могли бы. Впрочем, все это лишь прогнозы и человеческая часть меня хочет, чтобы они не сбылись.

Архивная копия для персонального сайта автора. Оригинал: http://07-07.gaidline.media/ (интерактивная страница на Readymag, оригинальное оформление и анимации не воспроизведены).