УДК 159.9
ББК 88
Т 23

Все права защищены.
Любое использование материалов данной книги полностью или частично без разрешения правообладателя запрещается

Рецензенты
доктор психологических наук *М. И. Воловикова*
кандидат философских наук *Т. А. Нестик*

Татарко А. Н.

Т 23 Социально-психологический капитал личности в поликультурном обществе. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. – 384 с.

ISBN 978-5-92790-0291-7

УДК 159.9
ББК 88

В монографии представлено новое направление в современной психологии – исследования социально-психологического капитала личности (СПКЛ). Впервые предлагается трактовка понятия «социально-психологический капитал личности», рассматривается его соотношение с другими близкими психологическими понятиями, а также с иными формами капитала. Анализируется структура социально-психологического капитала и связь данного явления с социально-экономическим поведением личности, в частности, с предпринимательским. Специальное внимание уделяется анализу особенностей СПКЛ в условиях поликультурности России. В работе проводится кросс-культурный анализ СПКЛ, рассмотрение взаимосвязи ценностей и СПКЛ представителей различных этнических групп, а также оценка соотношения СПКЛ с этнокультурной неоднородностью регионов России.

© ФГБУН Институт психологии РАН, 2014

ISBN 978-5-92790-0291-7

Содержание

Введение 7

Раздел I
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КАПИТАЛА ЛИЧНОСТИ В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ ОБЩЕСТВЕ

Глава 1. Социально-психологические отношения как один из ресурсов личности 15

1.1. Ресурсный подход в психологии 18
1.2. Рассмотрение социально-психологических отношений с точки зрения ресурсного подхода 23

Глава 2. Формы капитала как ресурса личности и группы . . 33

2.1. Экономический и человеческий капиталы. 34
2.2. Интеллектуальный капитал 35
2.3. Социальный капитал. 37
2.4. Социальный капитал с точки зрения психологии 41
2.4.1. Макроуровневый анализ социального капитала с точки зрения психологии 42
2.4.2. Психологический анализ социального капитала на мезоуровне (организационный социальный капитал) . . 43
2.4.3. Исследования социального капитала на индивидуальном уровне 44
2.5. Психологический капитал 48

Глава 3. Социально-психологический капитал личности: сущность явления. 51

3.1. Использование термина «капитал» в психологии 51
3.2. Феноменология социально-психологического капитала личности. 55
3.3. Функции социально-психологического капитала личности . . . 62

Глава 4. Структура социально-психологического капитала личности в поликультурном обществе 65

4.1. Компоненты структуры социально-психологического капитала личности в поликультурном обществе 65

4.2. Психологическое чувство общности 72
4.2.1. Концепция чувства общности как психологического явления 72
4.2.2. Психологическое чувство общности и социальный капитал 73
4.2.3. Проявления психологического чувства общности 74
4.3. Системные характеристики структуры социально-психологического капитала личности в поликультурном обществе 76
4.4. Анализ компонентов социально-психологического капитала личности в поликультурном обществе 81

Глава 5. Влияние неэкономических факторов на социально-экономическое развитие: пример социального капитала 93

5.1. Влияние социального капитала на экономику 93
5.2. Социальный капитал и субъективное благополучие 97

Глава 6. Социальный капитал в условиях поликультурности 100

6.1. Культура и социальный капитал 101
6.2. Социальный капитал в поликультурном обществе 104
6.3. Поликультурность России 108

Заключение по разделу I 112

Раздел II
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ ЛИЧНОСТИ В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ ОБЩЕСТВЕ: ЭКОНОМИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ И КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ

Глава 7. Анализ составлющих социально-психологического капитала личности 117

7.1. Доверие, политическое поведение и экономическое благополучие 117
7.2. Генерализованное доверие и кооперативное поведение личности 127
7.3. Взаимосвязь отдельных компонентов социально-психологического капитала с экономическими установками и представлениями личности 143
7.3.1. Доверие, гражданская идентичность и воспринимаемый социальный капитал как факторы отношения личности к деньгам 144

7.3.2. Взаимосвязь доверия, этнической толерантности и гражданской идентичности с моделями экономического поведения: кросс-культурный анализ . . . 157
7.3.3. Социально-психологический капитал личности как фактор успеха при открытии нового бизнеса 172
7.3.4. Кросс-культурный анализ взаимосвязи компонентов социально-психологического капитала и психологического благополучия личности 190

Глава 8. Взаимосвязь компонентов структуры социально-психологического капитала с удовлетворенностью жизнью и экономико-психологическими характеристиками личности. 210
8.1. Структура социально-психологического капитала личности в поликультурном обществе: конфирматорный факторный анализ 210
8.2. Социально-психологический капитал личности и удовлетворенность жизнью 215
8.3. Социально-психологический капитал и экономико-психологические характеристики личности 220

Глава 9. Социально-психологический капитал личности в контексте этнокультурной гетерогенности российского общества. 229
9.1. Ценностные ориентации и социально-психологический капитал личности: кросс-культурный анализ 229
9.1.1. Влияние четырех ценностных оппозиций (по Ш. Шварцу) на доверие, гражданскую идентичность и воспринимаемый социальный капитал 229
9.1.2. Взаимосвязь девятнадцати ценностей (по Ш. Шварцу) и социально-психологического капитала 244
9.2. Кросс-культурные различия социально-психологического капитала у представителей этнических групп России 253
9.3. Модернизация, социально-психологический капитал и социально-экономическое развитие. 261
9.3.1. Теория модернизации 261
9.3.2. Традиционные и Секулярно-рациональные ценности (по Р. Инглхарту) 265
9.3.3. Традиционные ценности и социально-психологический капитал личности. 269
9.4. Этническая гетерогенность регионов России и социально-психологический капитал их населения. 273

Заключение 286

Литература 291

Приложения

Приложение 1. Инструментарий исследования социально-психологического капитала личности в поликультурном обществе 339

Приложение 2. Методика оценки предпринимательского намерения 347

Приложение 3. Методика исследования экономических представлений личности 352

Приложение 4. Методика оценки радиуса доверия личности . . 354

Приложение 5. Методика поведенческих сценариев для исследования экономических установок личности 356

Приложение 6. Методика оценки психологического благополучия личности 364

Приложение 7. Методика оценки ориентации личности на поддержание традиционного-современного образа жизни 366

Приложение 8. Ценностный портрет личности 368

Приложение 9. Характеристики репрезентативности выборки исследования социально-психологического капитала личности, проведенного в 2012 г. 373

которая представляет собой ресурс социально-психологических отношений личности, а гражданская идентичность личности является системообразующим фактором этого ресурса. Мы видим, что логически все компоненты социально-психологического капитала увязываются в одну систему, которая представляет собой ресурс социально-психологических отношений личности.

4.4. Анализ компонентов социально-психологического капитала личности в поликультурном обществе*

В теории социального капитала, которая является одним из оснований теории социально-психологического капитала личности, выделяется так называемый «связывающий» социальный капитал и «соединяющий» социальный капитал (Svendsen, Svendsen, 2010). В некоторых работах эти два вида социального капитала называют «социальными мостами» и «социальными узами» (Степаненко, 2004). Соединяющий социальный капитал в большей степени способствует развитию гражданского общества, нежели связывающий (Svendsen, Svendsen, 2007, p. 354).

С авторской точки зрения, на индивидуальном уровне эти два типа социального капитала представлены двумя типами социально-психологического капитала: отношения, формирующиеся в системе «личность–общество» и отношения, формирующиеся в системе «личность–личность». Соединяющий социальный капитал формируется за счет социально-психологического капитала, который личность отчуждает от себя в системе отношений «личность–общество». Связывающий социальный капитал формируется за счет социально-психологического капитала, которым личность обладает в системе отношений «личность–личность». Такая точка зрения хорошо согласуется с классификацией отношений, предложенной А. Л. Журавлевым и В. П. Позняковым (Журавлев, Позняков, 2012), которые выделяют два вида отношений: *«безличные общественные отношения»* (связи между социальными группами и индивидами как элементами социальной структуры общества) и *«субъективно-личностные»,* психологические отношения, складывающиеся между людьми, – социально-психологические отношения (Журавлев, Позняков, 2012 с. 82). В свою очередь, данные авторы основываются

* Данное научное исследование (№ 14-01-0021) выполнено при поддержке Программы «Научный фонд НИУ ВШЭ» в 2014/2015 гг.

на предлагаемом Г. М. Андреевой положении о существовании внутри системы «безличных» общественных отношений второго ряда отношений – межличностных.

Таким образом, опираясь на представленные выше классификации отношений, выделяется два многосоставных уровня отношений личности – отношения в системе «личность–общество» и отношения в системе «личность–личность» – которые представляют собой ее социально-психологический капитал.

Компоненты социально-психологического капитала в системе отношений «личность–общество». В качестве ключевого компонента социально-психологического капитала личности в системе отношений «личность–общество» предлагается рассматривать *доверие личности.* Ракурс рассмотрения доверия в данном случае не такой, как в теории социального капитала. В теории социального капитала доверие является показателем социального капитала общности, группы но не личности, т. е. это явление рассматривается только на групповом уровне. В теории социально-психологического капитала доверие личности, или ее *умение, способность доверять,* рассматривается в качестве *индивидуального* ресурса.

Почему доверие личности является ее ресурсом и капиталом? Когда человек *умеет* взвешенно и осознанно доверять, он с высокой вероятностью получает в ответ доверительное отношение со стороны других людей и ему становится легче налаживать отношения в целом. В результате, благодаря установленным отношениям, он может быстрее достичь своих целей. В данном случае важно не путать умение доверять с доверчивостью. Доверие личности связано с уверенностью в себе и умением разбираться в людях, а доверчивость, наоборот, с неуверенностью в себе и низким социальным интеллектом. Способность обоснованно доверять другим людям – это характеристика гармоничной и зрелой личности.

Феномен доверия в различных аспектах достаточно широко изучался и изучается в социальной психологии. В социологии и экономике доверие часто рассматривается в качестве «ядра» социального капитала. Как отмечал классик теории социального капитала Ф. Фукуяма, «национальное благосостояние, как и конкурентоспособность, обусловлено такой всеохватывающей характеристикой, как уровень доверия, присущий обществу» (цит. по: Бусова, 1999, с. 144). Доверие способно «накапливаться» на социетальном уровне. Это накопление успешного опыта социальных взаимодействий может использоваться далее как социальный ресурс, который, собст-

венно, и называют социальным капиталом. Ресурс доверия придает большую эластичность и стабильность обществу в период социальных изменений, однако он не безграничен: его накопление происходит медленно, а растрачивание – быстро. Основное правило здесь заключается в том, что доверие легче трансформируется в недоверие, чем недоверие в доверие (Экономика и социология доверия, 2004). Таким образом, каждый неудачный или безответственный шаг государственной власти ведет к уменьшению доверия и социального капитала в обществе.

Активное исследование феномена доверия в общественных науках началось в 1990-е годы, когда оно стало интенсивно изучаться в различных сферах социальной жизни: в межличностных отношениях и особенно в экономике, в бизнесе. Тогда складывающиеся на основе доверия отношения все чаще стали определять как «социальный капитал» (Шихирев, 2003б). О важной роли доверия в экономике писал более 200 лет назад А. Смит, хотя он четко не связывал доверие в обществе с уровнем его богатства. Ф. Фукуяма определяет социальный капитал как «свод неформальных правил и норм, разделяемых членами группы и позволяющих им взаимодействовать друг с другом. Если члены группы ожидают, что их сотоварищи будут вести себя надежно и честно, значит, они *доверяют* друг другу» (Культура имеет значение, 2002, с. 129).

Проведенные отечественными психологами в середине 1990-х годов исследования обыденных представлений о доверии среди российских предпринимателей (Журавлев, Сумарокова, 1998) позволили выделить содержание наиболее типичных представлений:

– доверие – это качество отношения к другому человеку, группе лиц или организации в целом, в основе которого лежит их оценка как людей честных, правдивых, искренних и т. п., т. е. наделенных определенной группой качеств (такое представление условно можно назвать «доверие как оценка»);
– это процесс передачи другому человеку, группе лиц или организаций значимой для передающего информации, секретов, различных материальных ценностей, финансов, бумаг и т. п. при полной убежденности в их неразглашении или возможности их возврата (т. е. «доверие как процесс передачи важной информации»);
– это качество поведения по отношению к другому человеку, группе лиц или организаций, характеризующееся опорой на них в работе («доверие как поведение»);

– это состояние короткой психологической дистанции между людьми, их психологическая близость друг с другом (т. е. «доверие как групповое состояние») (Журавлев, Сумарокова, 1998, с. 260–261).

Известный российский специалист в области психологии доверия Т. П. Скрипкина разграничивает понятия веры и доверия. Она отмечает, что в основе веры лежит акт принятия чего-либо без достаточного основания (Скрипкина, 2000). Доверие обозначается как «убежденность в чьей-либо искренности, честности, добросовестности и основанное на них отношение к кому-либо, чему-либо» (Словарь русского языка. 1985, т. 1, с. 412).

В психологии существует немалое количество подходов к структуре доверия и техник его измерений (см. обзор: Купрейченко, 2008). Психологический подход чаще всего используется при изучении межличностного доверия или доверия в малых группах, в организациях. В качестве примера методики, позволяющей оценить межличностное доверие, можно привести методику, разработанную Р. Левицки с коллегами (Lewicki, Bunker, 1996; Lewicky, Stevenson, Bunker, 1997). В основу данной методики положена трехкомпонентная модель доверия, каждый из компонентов которой имеет определенные основания:

а) доверие, основанное на расчете (оценивается по степени согласия с такими суждениями, как «Поведение этого человека соответствует моим ожиданиям»; «Этот человек делает то, что он обещал»; «Я наслышан от других людей о его хорошей репутации» и т. п.);
б) доверие, основанное на знании (примеры утверждений: «У меня достаточный опыт общения с этим человеком»; «Мне кажется, что я хорошо его знаю»; «Мне кажется, я достаточно точно могу предсказать его поведение» и т. п);
в) доверие, основанное на тождестве («У нас с ним общие интересы»; «У нас общие жизненные ценности»; «Мы с ним отстаиваем одни и те же принципы» и т. п.).

Данная методика позволяет оценить показатели трех компонентов доверия, средний показатель доверия в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и в отношениях с человеком, который доверия не оправдал.

Подобный подход использовали в методике оценки доверия личности другим людям А. Л. Журавлев и А. Б. Купрейченко (Журавлев,

Купрейченко, 2003, с. 218), которыми были выделены три компонента доверия, положенных в основу методики:

1. Предсказуемость – представление субъекта о том, насколько хорошо он знает человека, по отношению к которому оценивается уровень доверия, и насколько он способен предсказывать его поведение в ситуации неопределенности.
2. Надежность – представление субъекта о том, способен или нет другой человек оказать помощь, поддержать в трудной ситуации.
3. Единство (тождественность) – представление субъекта о наличии у него общих целей, принципов или мировоззрения с другим человеком.

Авторами разработаны три шкалы, каждая содержала пять утверждений (Журавлев, Купрейченко, 2003, с. 218).

В литературе, посвященной проблематике социального капитала, выделяется три основных вида доверия:

1) общее или генерализованное (всем в целом);
2) социальное (окружению, соседям, коллегам) (Putnam, 2001);
3) институциональное (различным социальным институтам) (Fukuyama, 1999).

В нашем исследовании оцениваются три данных вида доверия, поскольку они наиболее логически привязаны к теории социального капитала, на которую автор опирался при построении концепции социально-психологического капитала личности. Так как в работе рассматривается социально-психологический капитал личности в поликультурном обществе, то его предлагаемые показатели должны отражать его специфику в этих условиях. С целью отражения этой специфики предлагается введение еще одного дополнительного параметра – *доверие представителям инокультурных групп*.

В процессе эмпирического исследования важно было установить, можно ли рассматривать все эти виды доверия как самостоятельные феномены или какие-либо из них объединяются в общие факторы.

Можно высказать предположение, что доверие может быть связано с продуктивным и успешным экономическим поведением личности. В частности, может существовать связь доверия личности с ее успешностью, скажем, в бизнесе, т. е. на уровне индивидуального

поведения. Это логично: доверие личности помогает налаживать отношения с окружающими, в частности, с партнерами. Доверие личности способно принести ей большие выгоды и успех, чем тотальное недоверие. Вполне очевидно, что партнеры будут с большим удовольствием делать бизнес с человеком, который им доверяет, нежели с человеком, который им не доверяет. Однако доверие личности, как отмечалось выше, ни в коем случае не отменяет ее умения разбираться в людях или умения минимизировать риски. Само по себе доверие в бизнесе чрезвычайно важно с различных точек зрения: оно снижает транзакционные издержки и позволяет сделать отношения более неформальными, что также чрезвычайно важно в бизнесе. По сути, доверие личности в бизнесе можно сравнить с вложением в рискованные активы трейдерами на фондовой бирже. Риск есть, но, разумно и обоснованно доверяя свои средства этим активам, трейдеры могут выиграть значительно больше, чем в безрисковых активах.

Социальное доверие (доверие друзьям, соседям, коллегам и т. д.) может быть важным для бизнеса и экономического поведения вообще по тем же самым причинам, что и общее доверие. Доверие к окружению позволяет установить хорошие отношения, которые в дальнейшем могут быть использованы личностью в качестве ресурса. Таким образом, мы видим, что доверие личности другим людям может помочь ей выстроить такие отношения с окружением, которые сделают ее более успешной в собственных делах.

Гражданская идентичность. Групповая, социальная идентичность личности является связующим звеном между личностью и социальной группой, к которой она принадлежит. Анализ социального или социально-психологического капитала вне рассмотрения группы, вне привязки к группе, в которую он инвестируется, теряет смысл. Социально-психологический капитал – ресурс, который возникает там, где есть социальная среда или общность, в которую он может быть вложен. Каждый человек интуитивно чувствует, что он не может пользоваться ресурсом групповых отношений, не пополняя его, не отдавая что-то взамен. Поэтому оценка «силы» (выраженности) групповой идентичности, которой принадлежит индивид, является необходимой.

Если мы рассматриваем индивидуальные характеристики людей, принадлежащих к определенной социальной общности, то мы сможем сделать заключение о сплоченности социальной общности при анализе индивидуальных данных, в частности, установок

по отношению к членству в группе, силы идентификации с группой (Friedkin, 2004).

Гражданская идентичность, т. е. эмоционально-когнитивное тождество с обществом, является чрезвычайно важным элементом социально-психологического капитала для представителей поликультурного общества, у которых этническая идентичность, равно как и региональная (принадлежность к разным республикам), может значительно различаться. Благодаря наличию выраженной и позитивной гражданской идентичности, люди в поликультурном обществе относятся друг к другу как к членам ингруппы, что приводит к повышению сплоченности.

Слабая или негативная гражданская идентичность будет оказывать слабое влияние на поведение людей. В данном случае хорошей аналогией являются социальные сети в интернете, например, такие популярные сайты, как «Одноклассники» или «В контакте». В этих сетях можно иметь большое количество друзей, входить в различные группы, сообщества, но ценность их минимальна, так как вы не влияете на их жизнь, а они на вашу (хотя при определенных условиях этот ресурс связей тоже можно использовать). Это происходит потому, что недостаточно просто входить в группу, огромную роль играет групповая идентичность, которая влияет на поведение. Аналогичным образом, принадлежность людей к обществу еще не является ресурсом данного общества, о ресурсе социально-психологических отношений мы можем говорить если только у представителей данного общества сформирована позитивная и выраженная гражданская идентичность.

Родовым по отношению к понятию гражданской идентичности является понятие социальной идентичности личности (Tajfel, 1982). Социальная идентичность сама по себе в некоторых работах рассматривается в качестве одного из параметров социального капитала. В частности, при рассмотрении социального капитала на мезоуровне (например, в организациях) организационная идентичность включается в структуру социального капитала организаций (Shockley-Zalabak, Kathleen, Gaynelle, 2000). По утверждению Г. Градосельской, социальная идентичность как компонент социального капитала, но без использования данного термина принималась во внимание К. Марксом в процессе анализа классов. Рабочие учатся идентифицировать себя с другими и поддерживать их действия. Так возникает «класс-для-себя». Эта новая солидарность не является результатом интроекции социальных норм в детстве (см.: Градо-

сельская, 2004). Поэтому альтруистическая установка членов групп не универсальна, она ограничена пределами их сообществ. Как отмечал Портес (Portes, 1998), идентификация со своей собственной группой или сообществом может быть вызвана стремлением усилить свои личные позиции. Социальная идентичность выполняет важнейшую роль внутри социального капитала: отождествление личностью себя с определенной социальной группой позволяет ей чувствовать свою причастность к тем ресурсам, которые накоплены в группе. Гражданская идентичность является компонентом социально-психологического капитала личности, который ведет к формированию различных ассоциаций и групп, составляющих гражданское общество, в котором люди ощущают свою ответственность за происходящее вокруг них и через групповые ресурсы оказывают влияние на политические процессы в обществе.

О важной роли гражданственности для формирования социального капитала писал Р. Патнем, который высказывает следующую гипотезу о формировании демократической культуры. Патнем предполагает, что развитие демократии предшествует материальному благополучию. Исследуя взаимозависимость особенностей культуры и экономического благосостояния различных сообществ, Патнэм приходит к выводу, что материальное благополучие не является причиной развития социального капитала, наоборот, *экономический рост происходит в тех странах, где имеется развитая гражданственность.* Он отмечает, что социальный капитал, воплощенный в нормах и сети гражданских обязательств, становится предпосылкой как экономического развития, так и эффективного управления. По мнению Патнэма, общество, основанное на всеобщем взаимодействии, гораздо результативнее, чем общество всеобщего недоверия, по той же причине, по которой в экономике деньги оказываются более эффективным инструментом, чем бартер (см.: Стрельникова, 2003, с. 39–40). В качестве социально-психологической основы такого всеобщего взаимодействия в поликультурном обществе в данной монографии предлагается рассматривать гражданскую идентичность. Выраженность гражданской идентичности (вместе с готовностью к участию в деятельности различных гражданских ассоциаций и различных клубов по интересам) репрезентирует готовность личности к объединению с другими членами общества.

Единая гражданская идентичность имеет большое значение для экономического развития общества. По свидетельству специ-

алистов, «огромную роль в экономических отношениях стран Восточной Азии играет чувство национальной гордости и патриотизма. Во всех странах региона экономические реформы проводятся исключительно под патриотическими лозунгами… Китайское самосознание и гордость за родину растут с экономическими успехами этой великой державы» (Селищев, Селищев, 2004, с. 30).

Таким образом, гражданская идентичность является важным фактором, выполняющим интеграционную функцию в процессе экономического развития, и она первична по отношению к экономическому развитию. Гражданская идентичность способствует интеграции общества, снижению противоречий в нем, т. е. соединению всех групп, в том числе и этнических, в единое целое. Это надэтническая идентичность, которая объединяет поликультурное общество. Все вышеизложенное дает теоретические основания для рассмотрения гражданской идентичности в качестве системообразующего фактора социально-психологического капитала личности в поликультурном обществе.

Толерантность к культурному многообразию. Важность этнической толерантности населения для межэтнических отношений внутри поликультурного общества невозможно недооценить. Тем более для России как общества, поликультурность которого является не только естественно сложившейся, но и формирующейся в процессе интенсивной миграции. Не зря в России периодически реализуются специальные государственные программы, направленные на повышение этнической толерантности населения, в рамках которых проводятся эмпирические исследования (Лебедева, 2002; Лебедева, Татарко, 2002) и разрабатываются специальные социально-психологические тренинги (Лебедева, Лунева, Стефаненко, 2004). Говоря упрощенно, этническая толерантность – это позитивное отношение к представителям инокультурных групп и к этническому многообразию. Толерантность к культурному многообразию (или этническая толерантность) может быть рассмотрена в качестве одного из компонентов социально-психологического капитала личности в поликультурном обществе. Этническая толерантность в поликультурном обществе – это ресурс позитивных отношений между представителями различных этнических групп. Без таких отношений существование поликультурного общества значительно осложняется.

В некоторых исследованиях, выполненных в рамках теории социального капитала, позитивное отношение к поликультурности

общества или непосредственно к представителям иноэтнических групп в агрегированном виде рассматривается в качестве компонента социального капитала (Onyx, Bullen, 2000a, b; Westlund, Calidoni-Lundberg, 2007).

Этническая толерантность позволяет налаживать «социальные мосты» при взаимодействии между представителями различных этнических групп в поликультурном обществе. Два типа социального капитала, о которых уже говорилось, «социальные узы» (соединяющий социальный капитал) и «социальные мосты» (охватывающий социальный капитал), по своей сути сходны с двумя классическими формами групповой сплоченности, выделяемых Э. Дюркгеймом, – механической и органической. Механическая сплоченность основана на сходстве членов группы и характерна для небольших традиционных культур, в то время как органическая сплоченность основана на различиях между членами группы и их независимости и характерна для больших современных обществ (см.: Lukes, 1977).

Как показывают исследования (Knack, Keefer, 1997; Knack, 2003), для экономического развития современного поликультурного общества наиболее важными являются элементы охватывающего социального капитала (например, доверие), формирование которого, с нашей точки зрения, невозможно без толерантности к культурному многообразию населения. Толерантность к представителям аутгрупп и незнакомцам связана с доверием. Р. Патнэм полагает, что люди, которые доверяют другим, одновременно также толерантны к людям, которые от них отличаются по каким-либо характеристикам (Putnam,1993; Seligman,1997). Такие люди верят, что взаимодействие с незнакомцами в большей степени открывает им возможности, чем ведет к рискам (Rotter, 1980). В конечном итоге доверие и толерантность открывает людям более широкий доступ к информации и знаниям, что делает их более успешными.

Компоненты социально-психологического капитала в системе отношений «личность–личность». Если при выделении компонентов социально-психологического капитала в системе отношений «личность–общество» мы опирались на понятия «соединяющего» социального капитала и «психологического чувства общности», то при выделении компонентов социально-психологического капитала личности в системе отношений «личность–личность» мы отталкивались от понятий «связывающий» социальный капитал (социальные узы) и «индивидуальный социальный капитал» (широта формальных и неформальных связей индивида).

«Связывающий» социальный капитал рассматривается как феномен, локализованный в отношениях между людьми, живущими в одних и тех же сообществах. Р. Патнэм (см.: Handbook of Social capital, 2007, p. 353) пишет, что «связывающий» социальный капитал в большей степени характерен для индивидов, которые в социальном плане схожи. Патнэм утверждает, что этнические меньшинства склонны чаще всего обладать именно «связывающим» социальным капиталом, в то время как «белый» средний класс обладает больше «соединяющим» социальным капиталом. Патнэм объясняет деление на связывающий и соединяющий социальный капитал через степень схожести индивидов. С его точки зрения, нужно разделять два этих вида социального капитала, основываясь на характеристиках связей, которые их соединяют. К ним, в первую очередь, относятся частота и близость (глубина) контактов. Частота – показатель того, насколько часто человек контактирует со своими родными и друзьями, а близость определяет, насколько глубокие и близкие отношения у индивида с другими членами данной сети. Грановеттер (см.: Handbook of Social capital, 2007, p. 357) называет частые связи сильными, редкие – слабыми. В качестве основных источников социальных связей в теории социального капитала рассматриваются: друзья, семья, организации и ассоциации, в которые входит индивид.

Широта и плотность круга социальных связей индивида обозначается как «индивидуальный социальный капитал» (Van der Gaag, 2005). Можно предположить, что содержание социально-психологического капитала личности, который соответствует индивидуальному социальному капиталу, может быть представлено как субъективная оценка помощи, которую индивид может потенциально получить благодаря системе своих персональных социальных контактов. Это социально-психологический капитал в системе отношений «личность–личность», который представляет собой не формативный конструкт, а рефлективный. Субъективная оценка помощи, которую личность может получить благодаря сети своих социальных связей, хорошо репрезентирует социально-психологические отношения индивида с членами своей социальной сети по следующим причинам. Во-первых, ожидаемый объем помощи часто бывает проективным: человек, ожидая помощи от друзей и родственников, сам потенциально при необходимости готов им помочь в определенных ситуациях. Во-вторых, восприятие поведения других людей в качестве помогающего поведения, создает так называемый «буферный эффект социальной поддержки» (Cohen, Wills, 1985;

Fried, Tie, 1993), что повышает активность и стрессоустойчивость личности.

Таким образом, целесообразно рассмотреть оценку личностью ресурсов помощи, которые могут быть получены благодаря друзьям и родственникам, в качестве компонентов ее социально-психологического капитала в системе отношений «личность–личность». О соотношении объективного и субъективного в межличностных отношениях писал К. К. Платонов, который отказался от использования понятия межличностных отношений для обозначения объективных отношений между людьми и применял его только для определения субъективных отношений, являющихся отражением объективных (см.: Журавлев, Позняков, 2012, с. 62).

Дополнительно, опираясь на понятие индивидуального социального капитала, целесообразно (в качестве гипотезы, которая будет проверена в процессе эмпирического исследования) включение в состав этого измерения социально-психологического капитала некоторых дополнительных индикаторов социальной активности личности, которые показывают, что она действительно обладает ресурсом социально-психологических отношений, позволяющим кооперироваться с другими людьми и изменять социальную действительность, активно добиваться своих целей. В качестве таких индикаторов рассматривается *глубина включенности личности в деятельность различных ассоциаций и групп,* а также *ее готовность к протестному поведению.* Включенность в деятельность различных протестных движений показывает, насколько личность в составе различных групп готова принять участие в том, чтобы повлиять на решения, которые принимаются вышестоящими органами. Такая готовность показывает, что личность ощущает свой ресурс отношений, основанных на взаимной поддержке и готова использовать его в процессе кооперации с целью изменений (при необходимости) той социальной среды, в которой она находится. Готовность к протестному поведению характеризует то, насколько личность будет отстаивать свои интересы перед органами власти, в частности, перед властями региона и области. Таким образом, эти два показателя (глубина включенности в деятельность различных ассоциаций и готовность к протестному поведению) репрезентируют внутренний ресурс социально-психологических отношений личности, который позволяет ей проявлять социальную активность.

Для изучения установок на различные виды экономического поведения использовался так называемый «метод поведенческих сценариев», когда респонденту дается описание социальной ситуации (сценария), а затем его просят дать оценку данной ситуации, используя специальные шкалы. Методика сценариев экономического поведения разработана и апробирована на базе Научно-учебной лаборатории социально-психологических исследований НИУ-ВШЭ (Татарко, 2011а).

Перед составлением методики были разработаны 11 биполярных измерений экономического поведения (которые приведены ниже), под которые уже конструировались конкретные социально-экономические ситуации.

1. Шкала «Экономический патернализм–экономическая самостоятельность». В методике для оценки использовался полюс **«Экономический патернализм»**.
2. Шкала «Экономия времени–экономия денег». В методике для оценки использовался полюс **«Экономия времени»**.
3. Шкала «Кратковременная/долговременная ориентация (перспектива) в экономическом поведении». В методике для оценки использовался полюс **«Кратковременная перспектива в экономическом поведении»**.
4. Шкала «Расточительность–экономность» (шкала 7-балльная, нарастание в сторону расточительности). В методике для оценки использовался полюс «**Расточительность в экономическом поведении**».
5. Шкала «Экономический интерес–экономическая индифферентность». В методике для оценки использовался полюс «**Экономическая индифферентность**».
6. Шкала «Приоритет прибыли над законом – приоритет закона над прибылью». В методике для оценки использовался полюс «**Приоритет прибыли над законом**».
7. Шкала «Экономическая активность–экономическая пассивность». В методике для оценки использовался полюс «**Экономическая пассивность**».
8. Шкала: Приемлемость–неприемлемость использования кредитов в повседневной жизни. В методике для оценки использовался полюс «**Неприемлемость кредитов**».
9. Биполярное измерение «Распределение финансового вознаграждения по равенству–распределение финансового вознаграждения по справедливости». В методике для оценки исполь-

более узко определяемых ценностей была проверена на эмпирических данных, взятых из предыдущих исследований. Далее данные были проанализированы с помощью конфирматорного факторного анализа ценностей, что помогло выявить наличие субфакторов (были включены только исследования, где анализировались связи между, по крайней мере, тремя пунктами, измеряющими каждую ценность). Основываясь на результатах вышеописанных методов, Ш. Шварц с соавт. (Schwartz et al., 2012) подтвердили гипотезу о сущесвовании 19 ценностей с потенциально различным мотивационным смыслом. В таблице 36 представлены 19 ценностей уточненной теории и дается определение каждой из них (Шварц и др., 2012).

В прежних исследованиях для объяснения и прогнозирования успешно применялись десять ценностей исходной теории. Тем не менее исследователи отмечали различные проблемы таких измерений: в частности, мультиколлинеарность между смежными ценностями, низкую внутреннюю валидность показателей и перекрестную нагрузку пунктов разными факторами (Шварц и др., 2012). Уточненная ценностная теория и шкала, разработанная для ее измерения, разрешают эти проблемы. При увеличении числа ценностей до 19, становится возможным определить каждую из них более точно. Использование однородного набора пунктов для оценки каждой ценности увеличивает корреляцию между пунктами, которые ее измеряют, и внутреннюю надежность шкал. Это также уменьшает перекрестную нагрузку пунктов и мультиколлинеарность. 19 ценностей охватывают все основные компоненты исходных 10 ценностей. Таким образом, более детальное разбиение континуума сохраняет полноту охвата мотивационных целей, которые его образуют.

Исходная теория ценностей определяет порядок расположения ценностей по кругу. Ш. Шварц (Schwartz, 1992, 1994) предложил порядок расположения ценностей на отношениях конфликта или совместимости каких-либо ценностей, которые переживают люди, стремясь воплотить их в единственном решении или действии. Основываясь на этом теоретическом положении, Ш. Шварц с коллегами (Schwartz et al., 2012) разработали круговую схему расположения 19 ценностей (Шварц и др., 2012).

Уточненная теория базовых ценностей была проверена в российских условиях*. Проверка теории осуществлялась с помощью русской

* Проверка была проведена сотрудниками Международной научно-учебной лаборатории социокультрных исследований Экспертного института НИУ-ВШЭ под руководством Ш. Шварца в 2011–2013 гг.

Приложение 4

Методика оценки радиуса доверия личности*

Инструкция

Вам предлагается список разных социальных институтов и организаций. Отметьте, пожалуйста, насколько вы доверяете каждой из них. Отметьте один из следующих вариантов ответов: «Абсолютно доверяю», «Вполне доверяю», «Не особо доверяю», «Совсем не доверяю».

		Абсолютно доверяю	Вполне доверяю	Затрудняюсь ответить	Не особо доверяю	Совсем не доверяю
1	Церкви					
2	Армии					
3	Прессе					
4	Телевидению					
5	Профсоюзам					
6	Образовательным учреждениям (школам, институтам)					
7	Милиции					
8	Федеральному правительству					
9	Региональному правительству					
10	Местному правительству					

* Разработана сотрудниками Международной научно-учебной лаборатории социокультурных исследований НИУ-ВШЭ в 2010 г.

Приложение 5

Методика поведенческих сценариев для исследования экономических установок личности*

Инструкция

Вам будет предложен ряд ситуаций, которые происходят с нами и с окружающими нас людьми в повседневной жизни. Пожалуйста, прочитайте внимательно описание ситуации и оцените по предложенным шкалам свое отношение к поведению героев ситуаций. На каждой из трех шкал вы можете выбрать *только по одному значению.* Например, в ситуации ниже вы можете предпочесть поведение *или* Александра, *или* Василия. Оценки по трем шкалам могут различаться.

1. Александр и Василий несколько лет назад окончили технический вуз и устроились на работу в научно-исследовательский институт. Несмотря на всю увлеченность работой, они стали замечать, что их карьерный рост идет медленно, следовательно, зарплата практически не растет. Решив, что такие условия ему не подходят, Александр предпочел уйти, чтобы открыть собственный бизнес в данной сфере. Василий решил остаться, ценя стабильность и ожидая повышения в исследовательском институте.

Рассмотрите поведение каждого из героев применительно к ситуации. В каждой из трех альтернатив (А, Б, В) выберите только один, наиболее приемлемый для вас вариант ответа.

№	**Александр**	Скорее согласен	Согласен	Абсолютно согласен		**Василий**	Скорее согласен	Согласен	Абсолютно согласен
А	Мне больше нравится поведение Александра				**ИЛИ**	Мне больше нравится поведение Василия			

* Разработана сотрудниками Международной научно-учебной лаборатории социокультурных исследований НИУ-ВШЭ в 2010 г.

Приложение 8

Ценностный портрет личности*

PVQ-R

Ниже приведены описания некоторых людей. Пожалуйста, прочитайте каждое описание и подумайте, насколько каждый человек похож или не похож на вас. Поставьте крестик в одной из клеточек справа, которая показывает, насколько описываемый человек похож на вас.

---

* Опросник PVQ-R Ш. Шварца. Данная версия опросника адаптирована Ш. Шварцем во время его работы в Международной научно-учебной лаборатории социокультрных исследований Экспертного института НИУ-ВШЭ в ходе реализации проекта «Ценности и экономическое поведение: тестирование объяснительных моделей в экспериментах и полевых исследованиях» программы фундаментальных исследований НИУ-ВШЭ. Теоретические основы данной методики опубликованы на русском языке Ш. Шварцем и сотрудниками его рабочей группы из Международной научно-учебной лаборатории социокультрных исследований Экспертного института НИУ-ВШЭ (Шварц, Бутенко, Седова, Липатова, 2012).