

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ И СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ: КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ

А.Н. ТАТАРКО



Татарко Александр Николаевич — доцент факультета психологии НИУ ВШЭ, ведущий научный сотрудник Международной научно-учебной лаборатории социокультурных исследований НИУ ВШЭ, кандидат психологических наук. Автор 6 монографий и 60 статей в области кросс-культурной и социальной психологии. Сфера научных интересов: социальный капитал, влияние культуры на экономическое поведение.
Контакты: tatarko@yandex.ru

Резюме

Проанализирована феноменология социально-психологического капитала, рассматриваемого в качестве ресурса психологических отношений, на основе которого формируется социальный капитал. Проведен кросс-культурный анализ влияния ценностных ориентаций на социально-психологический капитал. На примере представителей трех этнических групп (русские, $n = 103$; чеченцы, $n = 100$; ингуши, $n = 109$) показано, что, хотя влияние индивидуальных ценностей на социально-психологический капитал подчинено ясной логике, оно может иметь культурную специфику. Ценности Выхода за пределы собственного Я (Благожелательность, Универсализм) оказывают позитивное влияние на социально-психологический капитал поликультурного общества, а ценности Самоутверждения — негативное. Ценности Открытости изменениям позитивно влияют на гражданскую идентичность, но отрицательно на воспринимаемый социальный капитал. Ценности Сохранения позитивно влияют на гражданскую (российскую) идентичность у представителей этнической группы ингушей.

Ключевые слова: *социальный капитал, социально-психологический капитал, ценностные ориентации, доверие, гражданская идентичность.*

В данной научной работе использованы результаты проекта «Социокультурные и психологические факторы экономической активности и психологического благополучия» (ТЗ 54.00), выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2012 г.

Актуальность исследования

Исследование социальных процессов, происходящих в поликультурном обществе, в частности процессов взаимодействия культуры и экономики, показывает, что их детерминацию невозможно объяснить отдельными социально-психологическими факторами. Мы сталкиваемся с необходимостью рассматривать не набор, а целостную систему социально-психологических факторов, влияющих на развитие поликультурного общества. В социальных науках существует понятие, системно описывающее феномен социальной интеграции, способствующей развитию обществ, — «социальный капитал». Показано, что общества, характеризующиеся высоким социальным капиталом, являются более прогрессивными в плане экономического развития, в таких обществах более подходящий климат для развития малого бизнеса, высокий субъективный уровень счастья и удовлетворенности жизнью у населения (Handbook of social capital, 2010; Helliwell, Putnam, 1995, 2004). Понять механизм формирования и действия социального капитала можно, если изучить его психологический аспект: как он формируется и функционирует. Особенно актуальным представляется исследование социально-психологических явлений, которые могут способствовать формированию социального капитала поликультурного общества, такого как, например, Россия.

Феноменология социально-психологического капитала

На социетальном уровне существует ряд социально-психологиче-

ских феноменов, которые способствуют развитию общества. Поэтому необходимо ввести понятие, которое объединяло бы эти феномены, а также выделить основные из них. В качестве такого понятия предлагается использовать термин «социально-психологический капитал». Значение понятия «капитал», лежащего в основе данного явления, с латинского языка переводится как «главный».

Если обратиться к понятию капитала в классической экономике, то под ним понимают ресурсы, которые могут быть использованы в производстве товаров или оказании услуг (Маршалл, 1993). В 1960-е гг. экономисты Г. Беккер, Х.Дж. Джонсон, Т.У. Шульц обосновали необходимость включения в категориальный аппарат экономической теории термина «человеческий капитал» (Коньков, 2006). Формирование и развитие понятия социального капитала явилось логическим развитием концепции человеческого капитала (Коулмен, 2001; Патнэм, 1996). П.Н. Шихирев, предлагая социально-психологический подход к анализу феномена социального капитала, отмечает: «За время, прошедшее после публикации статьи Коулмена, проблематика, связанная с тем, что называют социальным капиталом, хотя и без упоминания самого термина выдвинулась на одно из первых мест в социальной психологии» (Шихирев, 2003, с. 21).

Социальный капитал может быть операционализирован как ресурс, содержащийся в социальных сетях и доступный включенным в них акторам. Таким образом, у данного понятия есть два важных компонента: 1) это *ресурсы*, содержащиеся в

социальных отношениях, а не люди, и 2) *доступ* к использованию таких ресурсов, который есть у акторов (N. Lin — см.: Häuberger, 2011).

Носителем, субъектом социального капитала является группа, но социальный капитал как ресурс группы складывается из отдельных «вложений» членов группы. Что «вкладывают» люди в группу? Фактически их вклад — это отношение к другим членам группы и к группе в целом, которое можно определить как «социально-психологический капитал». Социально-психологический капитал отдельных людей на групповом (в том числе и социальном) уровне приводит к возникновению таких характеристик общности, на основании которых ее категоризируют как обладающую высоким социальным капиталом. В данном случае социальная общность как целостная система начинает обладать социальным капиталом как неким набором инструментов для достижения своих целей: это соблюдение норм без санкций, самоорганизация (сообщества, сплоченность), политическая активность. Но в основе этого социального капитала лежат отношения людей: отношение к ближайшему окружению (доверие, толерантность), отношение к общности в целом (воспринимаемый социальный капитал, социальное доверие), отношение к своей принадлежности к общности (идентичность). Все эти виды отношений являются социально-психологическим капиталом группы. Они вкладываются в группу отдельными людьми, но принадлежат группе в целом.

Отношения являются основными сторонами психической жизни чело-

века наряду с психическими процессами, свойствами, состояниями (Мясищев, 2011, с. 16). С позиции автора данной статьи, группы, обладающие определенным ресурсом отношений, характеризуются как имеющие высокий социальный капитал. Таким образом, *социально-психологический капитал — это ресурс психологических отношений, содержащийся в социальных группах и доступный включенным в них индивидам*. Данный ресурс находит свое выражение в поведении (создание сетей, ассоциаций, самоорганизация), которое и трактуется как социальный капитал. Однако за таким поведением всегда стоят определенные отношения к группам как целостным субъектам, отдельным представителям данных групп и к собственному членству в этих группах (социальная идентичность).

Структура социально-психологического капитала поликультурного общества

Поскольку понятие социально-психологического капитала является новым, то к настоящему времени не существует теоретических подходов к рассмотрению его структуры. В данной работе предлагается теоретический подход к структуре социально-психологического капитала поликультурного общества. Поскольку социально-психологический капитал является основой для формирования социального капитала и связан с ним, то, предлагая теоретический подход к структуре социально-психологического капитала, автор данной статьи отталкивается от существующих взглядов на структуру

родового понятия — социального капитала.

В таблице 1 приводятся наиболее часто встречаемые в литературе и обоснованные параметры социального капитала, которые используются в большинстве исследований. Во втором столбце даются соответствующие им показатели социально-психологического капитала поликультурного общества, т.е. социаль-

но-психологические явления, ответственные за формирование соответствующих элементов социального капитала.

Воспринимаемый социальный капитал

Воспринимаемый социальный капитал – это отношение к обществу в целом. Отношение к обществу –

Таблица 1

Параметры социального капитала и их соотношение с параметрами социально-психологического капитала

Показатели социального капитала	Соответствующие показатели социально-психологического капитала поликультурного общества
Вовлеченность в сообщество, в общественную деятельность (например, подписание петиций) членство в различных организациях (Goldfinger, Ferguson, 2009; Onyx, Bullen, 2000; Putnam, Feldstain, 2003; Veenstra, 2003)	Гражданская идентичность (позитивность, выраженность)
Участие в волонтерской деятельности (Carpenter et al., 2004; Goldfinger, Ferguson, 2009; Lillbacka, 2009)	
Соблюдение базовых социальных норм отношений в сообществе (Nahapiet, Ghoshal, 1998; Putnam, 2001)	Принятие культурного разнообразия (этническая толерантность)
Позитивные установки по отношению к культурному многообразию, рассматриваются как компонент социального капитала (Onyx, Bullen, 1997, 2000; Westlund, Calidoni-Lundberg, 2007)	
Доверие (генерализованное, социальное, институциональное) (Carpenter et al., 2004; Goldfinger, Ferguson, 2009; Lillbacka, 2009; Nahapiet, Ghoshal, 1998)	Доверие: – межличностное доверие; – социальное доверие и доверие к представителям иных этнических групп; – институциональное доверие
Социальные сети, индивидуальный социальный капитал (кол-во людей, к которым человек может обратиться за помощью) (Градосельская, 2004; Lillbacka, 2009)	
Когнитивный социальный капитал (Lehis, 2008): – общее доверие – уровень включенности в сообщество или сообщества (идентичность) – доверие сообществу или сообществам – доверие центральному правительству	

обширный конструкт, и когда идет речь о социальном капитале, необходимо рассмотрение восприятия, оценки людьми тех отношений в обществе, которые и трактуются как социальный капитал. Данный конструкт можно обозначить как «воспринимаемый социальный капитал». Он не является рядоположенным элементом наряду с другими компонентами социально-психологического капитала, скорее, он влияет на них, но он является одним из элементов психологической структуры социального капитала общества.

Подтверждение тому, что отношение индивида к социуму опосредуется отношениями в этом социуме, восприятием этих отношений, можно найти в работах как отечественных, так и зарубежных специалистов. В частности, А.А. Бодалев отмечал, что «индивидуальные субъективные отношения каждого человека к таким элементам действительности, как человечество, Отечество, отдельный человек, семья, труд, материальные и духовные ценности, создаваемые в процессе этого труда, оказываются всегда опосредованными отношениями к ним, сложившимися в том обществе, к членам которого он себя причисляет и мнением которого о себе он дорожит» (Бодалев, 1996, с. 202).

В зарубежных эмпирических исследованиях показано, что доверие другим людям опосредовано восприятием доверия со стороны других, или приписываемым (ascribed) доверием (Häuberer, 2011; Van Staveren, Knorringa, 2007). Эти результаты объясняются с позиций теории социального обмена (Schiff, 1992). Люди, прежде чем вкладывать в

общество свой собственный отношенческий ресурс, оценивают, насколько этот ресурс уже существует в обществе. Как правило, люди считают нерациональным вкладывать свои средства туда, куда другие не вкладывают. Об этом метафорично, но достаточно точно писала Г. Градосельская: «В то время как экономический капитал лежит на банковских счетах, а человеческий капитал сосредоточен в головах людей, социальный капитал присущ социальной структуре взаимодействий. Социальный капитал — ресурс, который актер постоянно должен соотносить со своим окружением» (Градосельская, 2004).

Восприятие уровня социального капитала имеет значение для собственной ориентации на успех и на экономическую активность. Например, М. Килкенни, опираясь на данные эмпирических исследований 800 небольших фирм в 30 городах Айовы, показал, что воспринимаемая поддержка местного сообщества в сочетании с равноправием и поддержкой внутри фирм позитивно и высокозначимо связана с представлениями сотрудников об успехе их фирм (Kilkenny et al., 1999).

Индивидуальные ценности и социально-психологический капитал

Вопрос о сопряженности индивидуальных ценностей с социальным капиталом рассматривался преимущественно в работах зарубежных исследователей. Некоторые из авторов, затрагивавших проблематику социального капитала, изучали единство ценностей внутри группы или

общества в качестве одного из индикаторов социального капитала (Munene et al., 2005). К. Банкстон, полемизируя с Дж. Коулменом, указывал на то, что социальный капитал не может быть просто отражением структуры отношений между индивидами, напротив, он должен включать ценности, верования и ожидания, которые поддерживаются и передаются внутри группы (Bankston, 2004, p. 177).

Использование категории ценностей при рассмотрении проблематики социального капитала позволяет преодолеть проблему так называемого «черного» или «серого» социального капитала, когда сплоченность определенных групп используется не во благо обществу, а против него. В данной связи А. Гупта отмечал, что в классическом понимании социального капитала нет разделения такого его важного элемента, как доверие, на «хорошее» или «плохое» для социума. Ведь, например, доверие между членами теневого рынка или мафии не вносит вклад в социальный капитал. Этические ценности направляют социальное доверие, что впоследствии перерастает в «этически ориентированный» социальный капитал (Gupta, 2003, p. 975).

Примечательной является попытка правительства Ямайки улучшить состояние социального капитала данного региона с помощью кампании, направленной на ценности и установки населения (Grey, 2008). Данная кампания достигла своих целей и оказалась успешной. Ее теоретическая основа состояла в использовании когнитивного элемента социального капитала. Культура и ценности вносят определен-

ный вклад в формирование взаимовыгодного коллективного поведения людей. Таким образом, «инвестирование» в социальный капитал — это направленные действия по созданию или поддержанию общей системы ценностей, основанной на взаимном уважении, партнерстве, доверии, этическом поведении, а также поддержание условий, способствующих развитию данных ценностей (там же, p. 150).

Таким образом, индивидуальные ценностные ориентации в этих исследованиях, как правило, рассматриваются на групповом уровне (т.е. в агрегированном виде), а степень их согласованности внутри группы — в качестве одного из источников ее социального капитала. С одной стороны, это верно, однако следует внести важное уточнение в такую позицию. Ценности имеют разную модальность влияния на поведение человека, существуют и такие виды ценностей, которые заставляют конкурировать или приводят различные группы к противостоянию. В частности, существуют работы, показывающие, что быстрое распространение материалистических ценностных ориентаций, которое наблюдалось среди американской молодежи в 1970-х и 1980-х гг., сильно разрушало социальное доверие (Rahn, 1998, p. 545). Поэтому важно выделить именно такие группы ценностей, которые способствуют объединению, т.е. формированию социального капитала.

При изучении вопроса о влиянии ценностей на социально-психологический капитал в качестве теоретико-методологических оснований мы обращаемся к концепции ценностей

Ш. Шварца (Schwartz, 1992). Ш. Шварц разработал и обосновал культурно-универсальную ценностно-мотивационную структуру личности, выделив 10 блоков универсальных ценностей (Универсализм, Благожелательность, Самостоятельность, Конформность, Достижение, Безопасность, Власть, Гедонизм, Традиция, Стимуляция), которые он впоследствии объединил в 4 ценностные оппозиции: **Открытость изменениям** — **Сохранение** и **Самоутверждение** — **Выход за пределы собственного Я**. Нетрудно заметить, что не все из 10 ценностей, выделенных Ш. Шварцем, могут способствовать укреплению позитивных отношений и формированию социально-психологического капитала, например, ценности Власти, Традиции, Самостоятельности скорее будут разъединять, чем объединять.

Цель исследования — оценить влияние индивидуальных ценностей на социально-психологический капитал представителей различных этнических групп

Объект исследования — детерминанты социально-психологического капитала.

Предмет исследования — наличие и особенности причинно-следственной связи между индивидуальными ценностными ориентациями и социально-психологическим капиталом в различных этнических группах.

Общая гипотеза исследования состоит в том, что ценности блока **Выход за пределы собственного Я** (Универсализм, Благожелательность) позитивно связаны с социально-психологическим капиталом, соответственно, ценности блока **Са-**

моутверждение (Гедонизм, Власть) будут иметь противоположный эффект. Ценности блока **Сохранение** (Безопасность, Конформность) негативно связаны с социально-психологическим капиталом, а ценности блока **Открытость изменениям** (Самостоятельность, Стимуляция) либо позитивно связаны с социально-психологическим капиталом, либо вообще не имеют с ним взаимосвязей.

Гипотеза является достаточно общей по причине того, что данное исследование носит скорее поисковый характер, автор стремится понять, во-первых, насколько существенным фактором являются индивидуальные ценностные ориентации для формирования социально-психологического капитала, во-вторых, насколько культурно-универсальными являются связи индивидуальных ценностей и социально-психологического капитала.

Необходимость учета культуры проистекает из того, что в различных культурах универсальные индивидуальные ценности распределены неодинаково (Magun, Rudnev, 2010). Данная тенденция еще больше усиливается, когда анализ идет на уровне ценностных оппозиций, т.е. когда ценности, имеющие логически общие характеристики, объединяются в группы, поэтому можно предположить, что ценности, усвоенные в процессе социализации и культурной трансмиссии, влияют на отношение человека к социуму, т.е. на социально-психологический капитал, лежащий в основании социального капитала. Кроме этого, культура также сама по себе влияет на социальный капитал. Есть исследования, показывающие, что существует взаимосвязь

культурных измерений (в частности, индивидуализма-коллективизма) с социальным капиталом (Allik, Reallo, 2004).

Методика исследования

Участники исследования. Выборку составили представители трех этнических групп, проживающие в Северо-Кавказском федеральном округе России: русские, чеченцы и ингуши (см. таблицу 2).

Включение в выборку представителей именно трех данных этнических групп имеет следующие причины.

1. Чеченцы и ингуши принадлежат к одной культурной группе вайнахов, сходны по культуре и, следовательно, имеют схожие ценности. Сопоставление результатов, полученных по данным группам, позволит оценить степень сходства во влиянии ценностей на социально-психологический капитал в этнических группах, имеющих общие культурные корни.

2. Русские достаточно сильно отличаются от вайнахов по своим культурным особенностям. Сопоставление результатов, полученных по данным этническим группам, поз-

волит выявить универсальные и культурно-специфические тенденции во влиянии ценностей на социально-психологический капитал.

3. Опрос представителей трех данных этнических групп, проживающих в одном регионе, позволяет исключить влияние межрегиональных различий в качестве конкурирующего объяснения при анализе результатов, в качестве объяснительного фактора учитываются только межэтнические и межкультурные различия.

Переменные и их показатели

1. Социальный капитал.

1.1. *Воспринимаемый социальный капитал.* Респондентам предлагалось с помощью 5-балльной шкалы оценить, насколько характерны для окружающих их людей виды поведения, характеризующие сплоченность и взаимную поддержку (насколько для окружающих характерно доверять друг другу, вести себя уважительно друг по отношению к другу, относиться к окружающим как к равным).

1.2. *Измерения гражданской идентичности.* В исследовании оценивались три измерения гражданской идентичности:

Таблица 2

Характеристики выборки исследования

Этническая группа	N	Пол		Возраст (медиана)
		Мужчины	Женщины	
Русские	103	49	54	31.5
Чеченцы	105	39	65	24
Ингуши	109	54	55	23
Всего	317	142	174	

а) «Сила» гражданской идентичности (респонденту задавался вопрос: «В какой степени Вы ощущаете себя представителем своего государства» и для ответа предлагалась 5-балльная шкала).

б) Валентность (степень позитивности) гражданской идентичности. Задавался вопрос с вариантами ответов: «Какие чувства вызывает у Вас ощущение того, что Вы гражданин своего государства (РФ)?» Варианты ответов (гордость, спокойная уверенность, никаких чувств, обида, униженность) при обработке кодировались по нарастающей от 1 до 5 баллов.

в) Степень субъективной принадлежности к России оценивалась с помощью вопроса из ISSP (International Social Survey Program): «Насколько сильно Вы ощущаете свою принадлежность к России?» Для ответа респонденту предлагалась 4-балльная шкала.

1.3. *Общий уровень доверия личности.* Оценивался с помощью вопроса из «Всемирного обзора ценностей» (World Values Survey): «Считаете ли Вы, что большинству людей можно доверять?» Далее респондента просили выразить его согласие в соответствии с 5-балльной шкалой.

2. Индивидуальные ценностные ориентации.

Опросник Ш. Шварца включает 57 ценностей, отобранных таким образом, чтобы представлять каждый описанный им тип ценностей. Респондента просят ответить, насколько для него характерна каждая из ценностей, руководствуясь шкалой от 1 до 7.

В соответствии с ключом рассчитывается средний балл по 10 шкалам,

соответствующим 10 типам мотивации (или ценностям индивидуально-уровня), выделенных Ш. Шварцем: «Власть», «Конформность», «Благожелательность», «Безопасность», «Традиция», «Универсализм», «Самостоятельность», «Стимуляция», «Гедонизм», «Достижение» (Schwartz, 1992).

Результаты исследования

Тестируемая модель и средние значения показателей

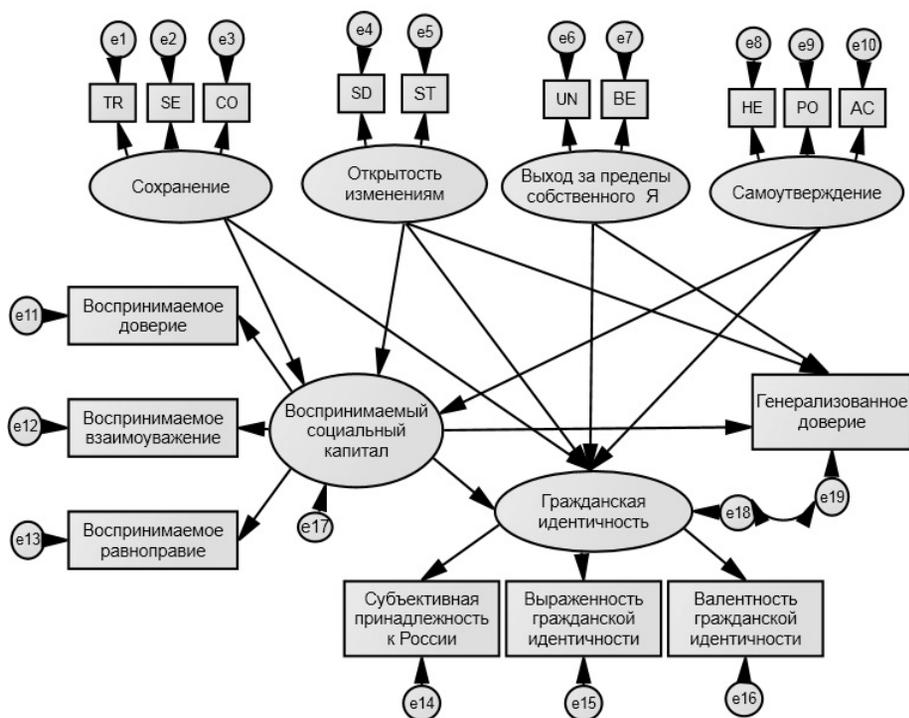
На рисунке 1 можно видеть тестируемую модель влияния ценностей на социально-психологический капитал поликультурного общества. На первом шаге анализа проводился симультанный конфирматорный факторный анализ. Результаты симультанного конфирматорного факторного анализа показали, что шкалы, используемые в исследовании, не обладают метрической инвариантностью для представителей трех этнических групп, поэтому дальнейшее моделирование проводилось отдельно для каждой этнической группы.

В таблице 3 приводятся средние значения всех показателей, использовавшихся в исследовании, по трем этническим группам. Статистическая значимость различий между показателями не оценивалась, поскольку нет условия эквивалентности шкал для всех трех выборок.

Шкалы всех показателей, представленных в данной таблице, являются 5-балльными, кроме шкалы оценки субъективной принадлежности к России.

Рисунок 1

Тестируемая модель влияния ценностей на социально-психологический капитал



Линейно-структурные модели, предсказывающие влияние индивидуальных ценностей на социально-психологический капитал

С помощью моделирования структурными уравнениями была проверена гипотеза о влиянии индивидуальных ценностей на показатели социально-психологического капитала у представителей трех этнических групп, проживающих в одном регионе России. Использование индексов модификации моделей показало, что для достижения их качества в них необходимо внести ряд изменений, поэтому далее финальные модели по

своей структуре отличаются от первоначально тестируемой. В таблице 4 приводятся характеристики качества моделей, а далее на рисунках 2, 3, 4 можно видеть графическое представление всех трех моделей.

На рисунке 2 показана взаимосвязь индивидуальных ценностей с социально-психологическим капиталом в группе русских. Данная модель претерпела ряд модификаций по сравнению с первоначальной. На этом и на приведенных ниже рисунках даны стандартизированные регрессионные коэффициенты и процент дисперии зависимых переменных, объясняемых совокупным воздействием независимых.

Таблица 3

Средние значения (M) и стандартные отклонения (SD) основных показателей

Показатели	Русские		Чеченцы		Ингуши	
	M	SD	M	SD	M	SD
Безопасность	4.9	0.8	4.7	0.7	5.0	0.8
Конформность	4.5	0.7	4.7	0.9	4.6	0.9
Традиция	3.1	0.9	3.7	0.9	4.0	0.9
Благожелательность	4.5	0.9	4.6	0.8	4.7	0.8
Универсализм	4.0	0.8	4.1	0.6	4.1	0.7
Самостоятельность	4.1	0.7	3.9	0.8	3.9	0.8
Стимуляция	3.4	1.2	3.2	1.1	2.9	1.3
Гедонизм	2.9	1.4	2.8	1.4	2.2	1.7
Достижение	3.9	0.9	3.8	0.7	3.9	0.7
Власть	2.9	1.1	2.8	1.2	2.7	1.3
Воспринимаемое доверие	3.6	0.9	3.5	1.1	3.2	0.9
Воспринимаемое взаимов уважение	3.9	0.8	3.8	1.0	3.7	0.9
Воспринимаемое равноправие	3.7	0.8	3.6	1.1	3.5	1.0
Субъективная принадлежность к России (шкала 4-балльная)	2.9	0.9	2.3	0.9	2.3	1.1
Выраженность гражданской идентичности	4.8	1.8	4.3	2.0	4.3	1.9
Позитивность гражданской идентичности	4.7	1.7	4.3	1.7	4.1	1.7
Доверие	3.3	1.5	3.6	1.9	3.2	1.7

Таблица 4

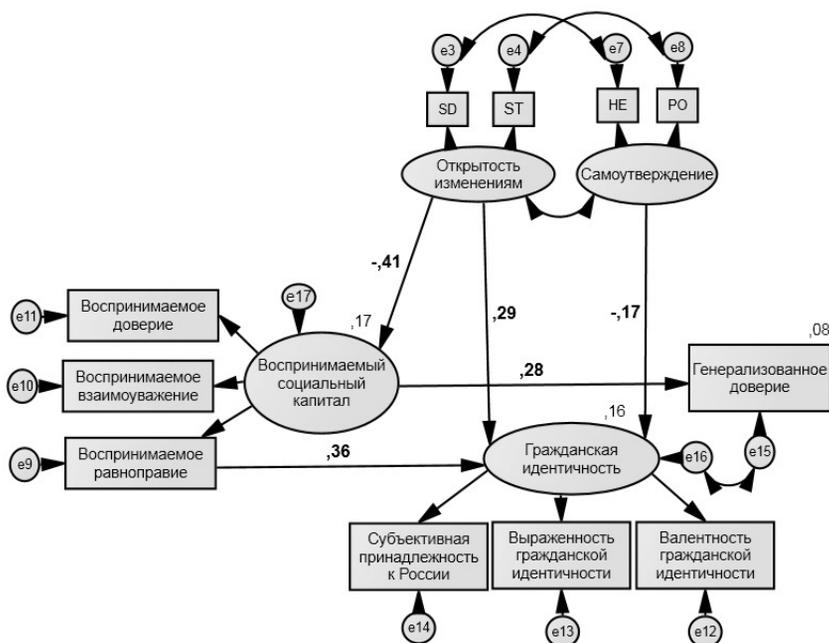
Индексы качества структурных моделей, связи ценностей и социально-психологического капитала в трех этнических группах

Группа	χ^2	df	CFI	RMSEA	PCLOSE	n
Русские	45.7	36	0.98	0.04	0.54	103
Чеченцы	44.2	36	0.97	0.05	0.51	100
Ингуши	27.2	37	1.0	0.00	0.99	109

Структурная модель, представленная на рисунке 2, показывает, что в выборке русских наилучшей предсказательной способностью по отношению к социально-психологическому капиталу обладают ценности

группы **Открытости изменениям** (Самостоятельность и Стимуляция) и ценности **Самоутверждения** (Гедонизм и Власть). Заметим, что ценности Достижения пришлось удалить из блока ценностей

Модель 1, предсказывающая влияние индивидуальных ценностей на социально-психологический капитал у русских



Самоутверждение, поскольку их наличие в данном блоке ухудшало качество модели. Воспринимаемый социальный капитал, предсказывает генерализованное доверие и гражданскую идентичность. Однако если на генерализованное доверие воспринимаемый социальный капитал влияет как целостная латентная переменная, то на гражданскую идентичность влияет только одна из его составляющих — «воспринимаемое равноправие».

На рисунке 3 представлена структурная модель влияния индивидуальных ценностей на социально-психологический капитал в группе чеченцев. Можно видеть, что у чеченцев, как и у русских, только группы ценностей **Открытость изме-**

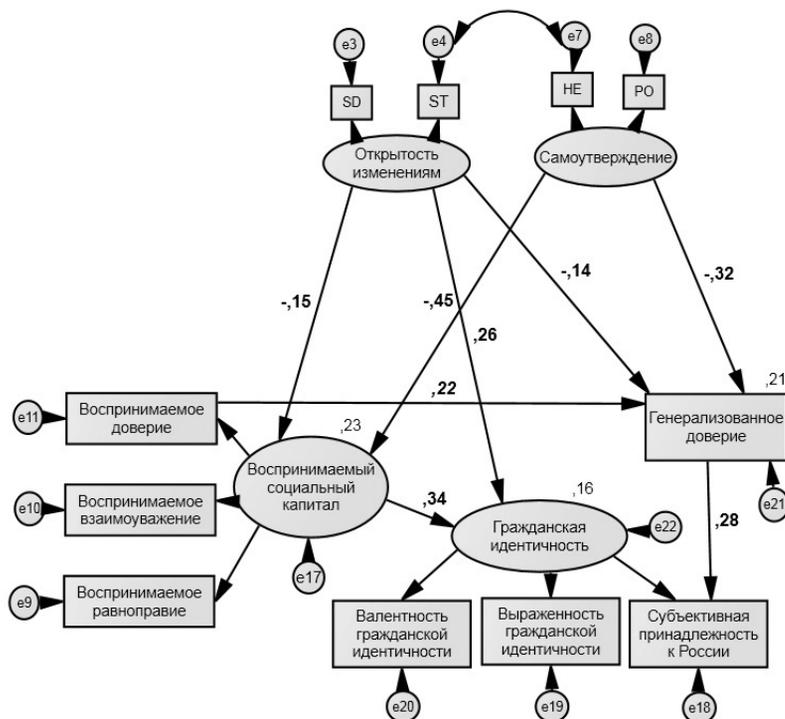
нениям и **Самоутверждение** предсказывают социально-психологический капитал.

Воспринимаемый социальный капитал, как можно видеть на рисунке 3, оказывает позитивное влияние на гражданскую (общероссийскую) идентичность. Но если в случае с гражданской идентичностью это эффект целостного конструкта, то на генерализованное доверие влияет только один компонент — «воспринимаемое доверие».

Согласно теории, такие компоненты социально-психологического капитала поликультурного общества, как гражданская идентичность и генерализованное доверие, должны иметь слабую корреляцию между собой, ясных теоретических оснований

Рисунок 3

Модель 2, предсказывающая влияние индивидуальных ценностей на социально-психологический капитал у чеченцев



для причинно-следственной связи между ними нет. Тем не менее в выборке чеченцев генерализованное доверие оказывает значимое влияние на уровень субъективного ощущения принадлежности к России.

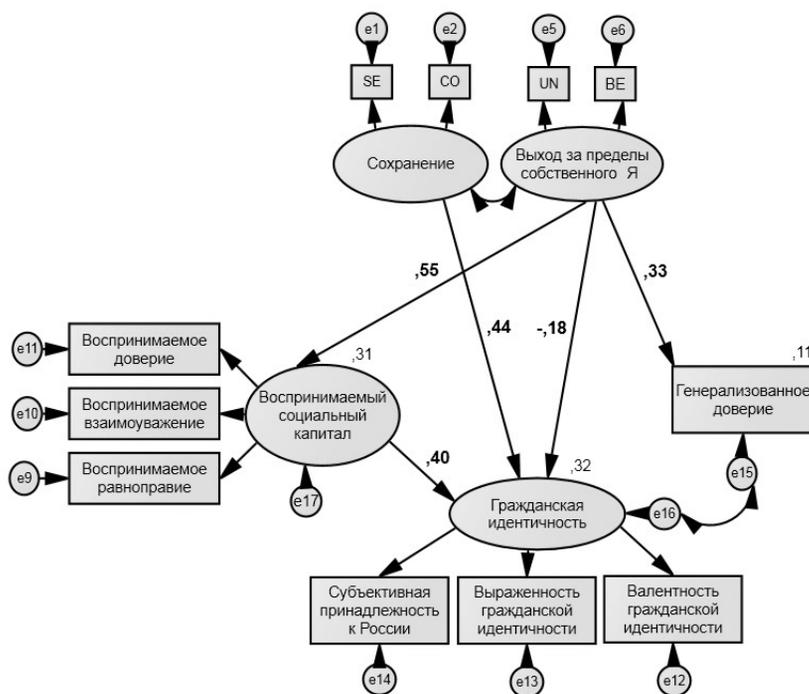
На рисунке 4 представлена модель, характеризующая влияние индивидуальных ценностных ориентаций на социально-психологический капитал в группе ингушей. В данной этнической группе по сравнению с двумя предыдущими случаями взаимосвязь продемонстрировали противоположные полюса ценностных оппозиций — ценности **Сохранения** (Безопасность и Конформность) и

ценности блока **Выход за пределы своего Я** (Универсализм и Благожелательность). Для повышения качества модели из состава блока **Сохранение** пришлось удалить ценности Традиции.

В группе ингушей воспринимаемый социальный капитал не продемонстрировал предсказательную способность по отношению к генерализованному доверию, но стандартизированный коэффициент регрессии, характеризующий влияние воспринимаемого социального капитала общества на гражданскую идентичность, довольно существенный.

Рисунок 4

Модель 3, предсказывающая влияние индивидуальных ценностей на социально-психологический капитал у ингушей



Обсуждение результатов

Эмпирические данные этого исследования указывают на то, что ценности лучше предсказывают социально-психологический капитал на уровне ценностных оппозиций, чем по отдельности. На данном этапе рассмотрения проблемы можно констатировать три выявленных факта:

- 1) ценностные ориентации связаны с социальным капиталом;
- 2) существуют ясные тенденции во влиянии ценностей на социальный капитал;
- 3) существуют межкультурные различия влияния индивидуальных

ценностей на социально-психологический капитал.

Межкультурные сходства связи ценностных ориентаций и социально-психологического капитала

Универсальным для русских и чеченцев оказалось влияние на воспринимаемый социальный капитал и гражданскую идентичность группы ценностей **Открытость изменениям**. Данная группа ценностей позитивно влияет на гражданскую идентичность и отрицательно — на воспринимаемый социальный капитал. Таким образом, при высокой выраженности

ценностей Самостоятельности и Стимуляции индивид более критично настроен по отношению к обществу, однако это не исключает его идентификации с обществом.

*Межкультурные различия связи
ценностных ориентаций и
социально-психологического
капитала*

Различий во влиянии ценностей на социально-психологический капитал между этническими группами больше, чем сходств. Обращает на себя внимание тот факт, что в группе русских не обнаружено влияния ценностей на общее доверие. У чеченцев группы ценностей **Самоутверждение** и **Открытость изменениям** демонстрируют отрицательную связь с доверием, т.е. в данной этнической группе ценности, отражающие стремление к доминированию над другими, могут препятствовать формированию такого важного компонента социально-психологического капитала, как доверие. В группе ингушей можно видеть реверсивное влияние — ценности группы **Выход за пределы собственного Я** позитивно влияют на доверие другим людям. Таким образом, на примере данных этнических групп было получено три возможных варианта соотношения ценностей и доверия: а) связь может отсутствовать; б) ценности **Самоутверждения** могут иметь негативный эффект по отношению к доверию; в) ценности **Выхода за пределы собственного Я** оказывают позитивное воздействие на общее доверие.

В выборке ингушей наибольшую предсказательную способность про-

демонстрировали ценности **Сохранения** и **Выхода за пределы собственного Я**. В данной этнической группе ценности **Сохранения** (Безопасность, Конформность) позитивно влияют на гражданскую (российскую) идентичность. Ценности **Выхода за пределы собственного Я** (Универсализм, Благожелательность) предсказывают доверие и достаточно существенно (на 31%) воспринимаемый социальный капитал.

*Роль индивидуальных ценностных
ориентаций для социально-
психологического капитала
поликультурного общества*

Что показало данное исследование и какова его польза для понимания влияния ценностей на социально-психологический капитал поликультурного общества? По этому поводу можно высказать несколько предположений, именно предположений, так как для их подтверждения требуется проведение исследования на больших выборках и с большим количеством этнических групп.

Для формирования и функционирования социально-психологического капитала в поликультурном обществе структура ценностей должна быть сбалансирована. Поскольку социально-психологический капитал включает различные измерения, то усиление какого-либо из блоков ценностных ориентаций будет сказываться негативно на его определенных компонентах. В частности, усиление в жизни личности роли ценностей **Самоутверждения** (Власть, Достижение, Гедонизм) будет негативно сказываться на доверии индивида и его оценке общества.

Усиление ценностей **Открытости изменениям** (Самостоятельность, Стимуляция) может иметь негативное влияние на воспринимаемый социальный капитал, но позитивное — на гражданскую идентичность.

Вероятно, что ценности групп **Выход за пределы собственного Я** и **Сохранение** в большей степени способствуют формированию позитивных отношений с окружающими, а значит, и формированию социально-психологического капитала, лежащего в основе капитала социального. Это ценности, способствующие устойчивости отношений внутри группы. Ценности групп **Открытость изменениям** и **Самоутверждение** являются базой развития личности, но находятся в конфронтации с установками на единство с группой. Тем не менее они важны для развития группы, поскольку индивиды с подобным «ценностным багажом» стимулируют изменения, инновации и «влекут» остальных за собой к достижениям. Поэтому группа будет успешной, если внутри нее будет существовать баланс ценностей. В противном случае она либо не будет активно развиваться, либо будет разрываемая противоречиями и конфликтами, т.е. в группах с высоким социальным капиталом теоретически все четыре ценностные оппозиции должны быть выражены примерно одинаково. Изменение в соотношении их выраженности, вероятно, будет способствовать снижению социального капитала.

Выводы

1. Индивидуальные ценностные ориентации оказывают определен-

ное влияние на социально-психологический капитал. Доля дисперсии социально-психологического капитала, объясняемая индивидуальными ценностями, колеблется от 8 до 32% по разным показателям в разных этнических группах. Таким образом, влияние индивидуальных ценностных ориентаций на социально-психологический капитал не является решающим, но оно существенно.

2. Можно сделать заключение, что ценности **Выхода за пределы собственного Я** оказывают позитивное влияние на социально-психологический капитал, а ценности **Самоутверждения** — негативное. Ценности **Открытости изменениям** позитивно влияют на гражданскую идентичность, но отрицательно — на воспринимаемый социальный капитал. Ценности **Сохранения** также демонстрируют позитивную связь с гражданской идентичностью. Однако в данном исследовании этот эффект проявился только у ингушей.

3. Индивидуальные ценностные ориентации, доминирующие у представителей общества оказывают влияние на социально-психологический капитал, поэтому нарушение сбалансированности динамической структуры ценностных ориентаций (усиление значимости определенных ценностей) может иметь в целом негативный эффект для социального капитала общества. Разумеется, социальный капитал не «пострадает», если в обществе возрастут ценности **Благожелательности** или **Универсализма**, но увеличение значимости других ценностей может негативно сказаться на социальном капитале.

Литература

Бодалев А.А. Психология общения. М.: Изд-во «Институт практической психологии»; Воронеж: НПО МОДЭК, 1996.

Градосельская Г.В. Сетевые измерения в социологии: Учебное пособие. М.: Издательский дом «Новый учебник», 2004.

Колумен Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. № 3. С. 122–139.

Коньков А.Т. Социальный капитал как концепция экономической социологии и его роль в системе экономического взаимодействия: Автореф. дис. ... докт. экон. наук. М., 2006.

Маршалл А. Принципы экономической науки: В 3 т. М.: Прогресс, 1993. Т. 1.

Мясищев В.Н. Психология отношений / Сост В.А. Журавель; Вступ. ст. и ред. А.А. Бодалева. М.: МПСИ; Воронеж, МОДЭК, 2011.

Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии. М.: Ad Marginem, 1996.

Шихурев П.Н. Природа социального капитала: социально-психологический подход // Общественные науки и современность. 2003. № 2. С. 17–32.

Allik J., Reallo A. Individualism-collectivism and social capital // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2004. 35. 1. 29–49.

Bankston C. Social capital, cultural values, immigration, and academic achievement: The host country context and contradictory consequences // Sociology of Education. 2004. 77. 176–179.

Carpenter J.P., Danieri A.G., Takahashi L.M. Cooperation, trust, and social capital in Southeast Asian urban slums // Journal of Economic Behavior and Organization. 2004. 55. 533–551.

Goldfinger J., Ferguson M. Social capital and governmental performance in large american cities // State & Local Government Review. 2009. 41. 1. 28–29.

Grey S. Social capital formation: A case study of the Jamaican values and attitudes campaign // Social and Economic Studies. 2008. 57. 149–170.

Gupta A. Mobilizing grassroots' technological innovations and traditional knowledge, values and institutions: articulating social and ethical capital // Futures. 2003. 35. 975–987.

Handbook of social capital / G. Svendsen (ed.). The Troika of Sociology, Political Science and Economics. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2010.

Häuberer J. Social capital theory: Towards a methodological foundation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011

Helliwell J., Putnam R. Economic growth and social capital in Italy // Eastern Economic Journal. 1995. 221. 295–307.

Helliwell J., Putnam R. Philosophical Transactions: Biological sciences to see the accompanying electronic appendix Published online, 31 August, 2004. 359. 1435–1446.

Kilkenny M., Nalbarte L., Besser T. Reciprocated community support and small town—small business success // Entrepreneurship and Regional Development. 1999. 11. 231–246.

Lehis E. Social capital in flux: Finding a job after conflict induced displacement. Josef Korbel School of International Studies. 2008. 54–55.

Lillbacka R. Measuring social capital: Assessing construct stability of various operationalizations of social capital in a finnish sample // Acta Sociologica. 2009. 49. 2. 201–220

Magun V., Rudnev M. The life values of the Russian population. Similarities and differences in comparison with other European countries // Sociological Research. 2010. 49. 4. 3–57.

Munene J.C., Schwartz S.H., Kibanja G. Escaping from Behavioral Poverty in Uganda. The role of Culture and Social Capital. Kampala: Fountain, 2005.

Nahapiet J., Ghoshal S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage // Academy of Management Review. 1998. 23. 2. 242–266.

Onyx J., Bullen P. Measuring social capital in five communities in NSW: An analysis, centre for community organizations and management // Working Paper Series. Sydney: University of Technology, 1997. 41.

Onyx J., Bullen P. Sources of social capital // I. Winter (ed.). Social capital and public policy in Australia. Melbourne: Australian Institute of Family Studies, 2000. P. 105–134.

Putnam R. Social capital measurement and consequences // Canadian Journal of Policy Research. 2001. 2. 41–51.

Putnam R., Feldstain L. Better together: Restoring the American community. N.Y.: Simon and Schuster, 2003.

Rahn W. Social trust and value change: The decline of social capital in American youth, 1976–1995 // Political Psychology. 1998. 19. 545–565.

Schiff M. Social capital, labor mobility and welfare // Ration Soc. 1992. 4. 157–175.

Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries // Advances in Experimental Social Psychology. 1992. 25. 1–65.

Van Staveren I., Knorringa P. Unpacking social capital in economic development: How social relations matter // Review of Social Economy. 2007. LXV (1). 107–135.

Veenstra G. Explicating social capital: Trust and participation in the civil space // Canadian Journal of Sociology. 2003. 27. 4. 547–572.

Westlund H., Calidoni-Lundberg F. Social capital and the creative class: Civil society, regional development and high-tech industry in Japan // CESIS Working Paper. 2007. 112.