

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ И ПСИХОЛОГИИ ЛИЧНОСТИ

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА*

А.Н. Татарко

Кафедра организационной психологии
Национальный исследовательский университет —
Высшая школа экономики
Волгоградский просп., 46Б, Москва, Россия, 109316

В статье представлены результаты психосемантического исследования социального капитала институтов российского общества. Анализируются кросс-культурные различия в воспринимаемом социальном капитале институтов.

Ключевые слова: социальный капитал, доверие, семантический дифференциал.

Понятие «социальный капитал» исторически восходит к концепциям, разработанным в экономической теории и социологии. Основу социального капитала составляет принадлежность к группе и внутригрупповое доверие. Социальный капитал, как и другие формы капитала, продуктивен. Он способствует достижению определенных целей, добиться которых при его отсутствии невозможно. С точки зрения П.Н. Шихирева, социальный капитал не просто «облегчает» производственную деятельность. Он становится определяющим и, самое главное, обладает гораздо большим потенциалом по сравнению с физическим и человеческим капиталом [6].

Существует множество определений социального капитала [2], однако все они сводятся к указанию на то, что это ресурс, в который конвертируются психологические отношения между участниками социального взаимодействия, характеризующиеся взаимной ответственностью, а также благонадежностью и доверием. Таким образом, в основе социального капитала лежит фундаментальная

* Исследование проведено при поддержке РФФИ, проект № 10-06-00086-а «Влияние социокультурных факторов на экономическое сознание», а также при поддержке гранта по конкурсу «Учитель—Ученики» 2011—2012 гг. «Влияние социального капитала на экономические установки этнических групп России» № 11-04-0003, выполненного в рамках программы «Научный фонд ГУ-ВШЭ» в 2011 году.

психологическая категория, категория психологических отношений. Следовательно, социальный капитал как конструкт, сугубо психологический по своей сути, является объектом изучения социальной психологии. Анализ данного понятия позволяет предложить его психологическое определение: *социальный капитал* — это совокупность психологических отношений, которые повышают материальное благосостояние индивидов и групп, не нанося ущерба субъектам экономической системы.

Мы полагаем, что структура социального капитала с социально-психологической точки зрения включает в себя оценку не только социального капитала групп (например, этнических или социальных), но и восприятия группами социального капитала общества. Мы не сможем говорить о высоком социальном капитале общества, если высокое межличностное доверие и социальная сплоченность различных групп (например, этнических) сочетаются с негативной оценкой и недоверием большинству институтов.

Для изучения восприятия социального капитала общества группами автор данной работы предлагает использовать методику модифицированного семантического дифференциала, благодаря которой можно дать генерализованную оценку восприятия социальных институтов общества различными группами.

На настоящий момент ни в социальной психологии, ни в социологии нет сравнительных исследований, рассматривающих социальный капитал этнических групп поликультурного общества. Поэтому апробация предложенной психологической структуры социального капитала проводилась не на гомогенной выборке россиян, а на поликультурной, с последующим кросскультурным анализом.

Опрос проводился в Республике Башкортостан (опрашивались башкиры и русские), Ставропольском крае (опрашивались чеченцы, армяне, дагестанцы) и в Москве (опрашивались русские). Общий объем выборки — 286 человек. В табл. 1 представлены демографические характеристики выборки.

Таблица 1

Характеристики выборки

Этническая группа	Кол-во респондентов	Средний возраст	Кол-во мужчин	Кол-во женщин
Русские	86	22	38	50
Башкиры	50	26	20	30
Армяне	50	36	18	32
Дагестанцы	50	36	19	31
Чеченцы	50	37	20	30

Для целей исследования была разработана модификация семантического дифференциала, позволяющая реконструировать групповую структуру представлений об уровне социального капитала различных институтов. Методика представляет собой семантический дифференциал, шкалы которого соответствуют основным компонентам социального капитала: доверие, социальная сплоченность, толерантность и гражданская идентичность. Респонденту требовалось прошкалировать 19 социальных институтов в соответствии с шестью основными кругами взаи-

ченность (шкала «У нас общие ценности»); доверие индивида социальным институтам (шкала «Заслуживающие моего доверия»). Этот фактор получил название «Социальная поддержка». Данный фактор прежде всего характеризует, насколько респонденты ощущают поддержку со стороны различных социальных институтов и общность, солидарность с ними.

На основе факторного анализа были построены субъективные семантические пространства, характеризующие восприятие респондентами социального капитала различных институтов, и проведена реконструкция семантических пространств, характеризующих восприятие социального капитала общества различными этническими группами.

На рис. 1 изображено субъективное семантическое пространство, характеризующее восприятие социального капитала общества русскими респондентами. Социальные институты, получившие оценку респондентов, распределяются по четырем квадрантам. Можно сказать, что квадранты I, II, III, IV соответствуют четырем уровням социального капитала.



Рис. 1. Семантическое пространство, характеризующее восприятие русскими социального капитала общества:
I, II, III, IV — квадранты

Если рассмотреть субъективное семантическое пространство русских, то можно видеть, что к первому уровню социального капитала относится ближайшее окружение — семья и друзья, также в данный квадрант у русских попадают образовательные учреждения. Ко второму уровню социального капитала у русских относятся сослуживцы и непосредственный руководитель — по мнению респондентов, они ценят руководителя, но не защищают его. Общественные организации

На рис. 3 приведено субъективное семантическое пространство, характеризующее восприятие российскими армянами (Ставропольский край) социального капитала общества.

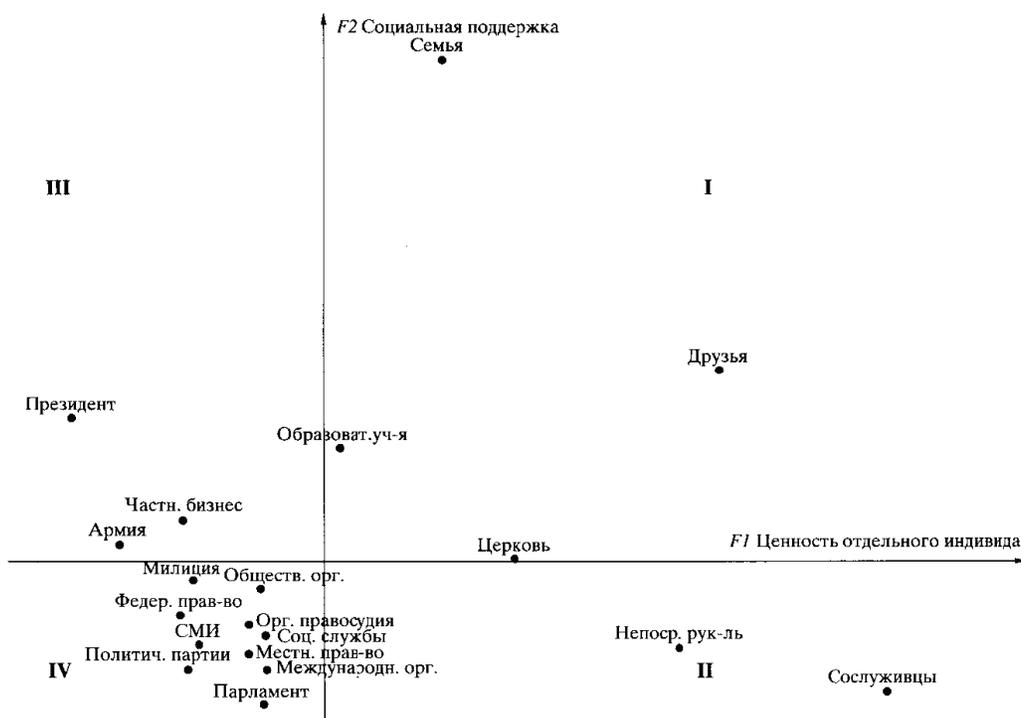


Рис. 3. Семантическое пространство, характеризующее восприятие армянами социального капитала общества:

I, II, III, IV — квадранты

Сразу обращает на себя внимание то, что семантическое пространство армян очень похоже на аналогичное пространство русских, особенно квадранты I, II. В квадранте III остаются президент, частный бизнес и, как у башкир, армия. Большинство институтов, по оценкам армян, относится к четвертому, низшему уровню социального капитала, при этом наименьшим социальным капиталом (если исходить из факторных весов объектов) обладают политические партии и парламент.

На рис. 4. представлено субъективное семантическое пространство, характеризующее восприятие дагестанцами социального капитала общества.

В квадрант I помимо семьи и друзей у дагестанцев попали: образовательные учреждения, религиозная община и непосредственное руководство. Служивцы, общественные организации и политические партии находятся в квадранте II. Третьим уровнем социального капитала характеризуются: президент, социальные службы, федеральное правительство, милиция, местное правительство. При этом наибольшие оценки по фактору «Социальная защита» получил президент. В квадрант IV у дагестанцев попало меньшее (по сравнению с другими этническими группами) количество институтов. В данном квадранте находятся органы правосудия, СМИ, армия, парламент, международные организации.

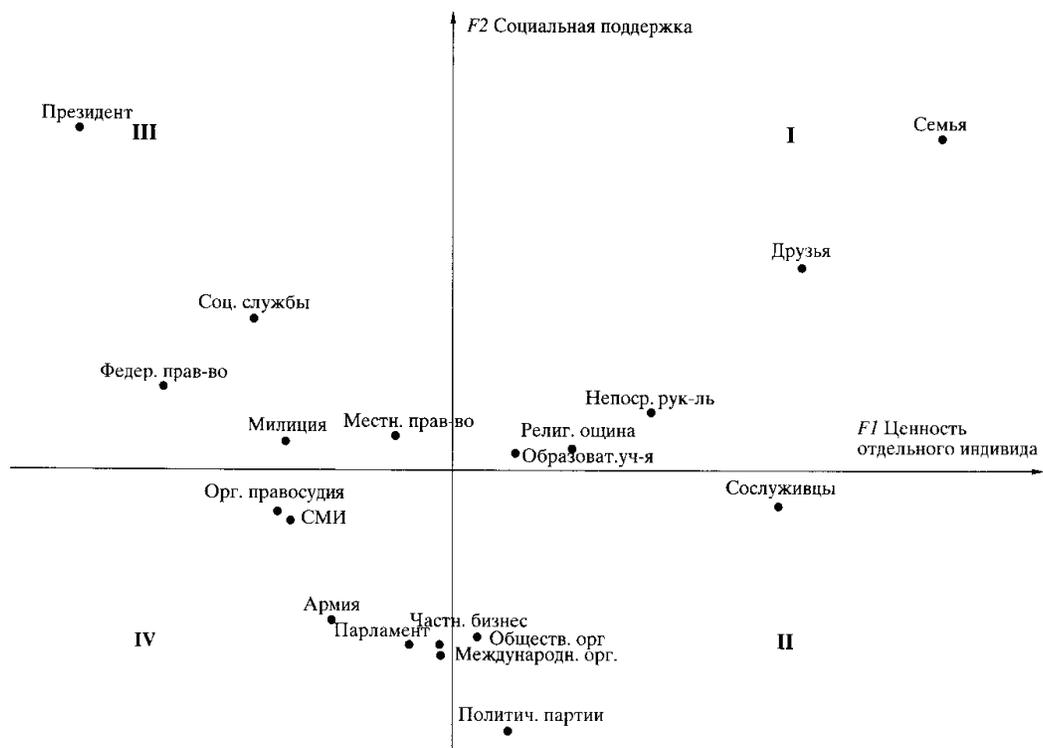


Рис. 4. Семантическое пространство, характеризующее восприятие дагестанцами социального капитала общества:
I, II, III, IV — квадранты

На рис. 5 можно видеть субъективное семантическое пространство, характеризующее восприятие чеченцами социального капитала общества. В квадрант I у чеченцев, так же как и у дагестанцев, вошли друзья, семья, религиозная община и сослуживцы. В квадрант II переместились все те институты, которые у других этнических групп были в квадранте III или IV: органы правосудия, парламент, президент и международные организации. Если интерпретировать отношение к этим институтам содержательно, руководствуясь названиями факторов, то, по оценкам респондентов, это те институты, которые ценят чеченцев, уважают их, но не оказывают им достаточной социальной поддержки. В квадрант III («помогающих, но не ценящих») попало наибольшее количество различных социальных групп. Это социальные службы, СМИ, милиция, федеральное правительство, местное правительство, частный бизнес, образовательные учреждения и даже непосредственный руководитель.

Самый низкий уровень социального капитала, по оценкам чеченцев, имеют армия и политические партии. Данные социальные институты характеризуются отрицательными значениями по обоим факторам, т.е. воспринимаются как чужие, не заслуживающие доверия, не помогающие, не защищающие, не принимающие и чуждые по своим ценностям.

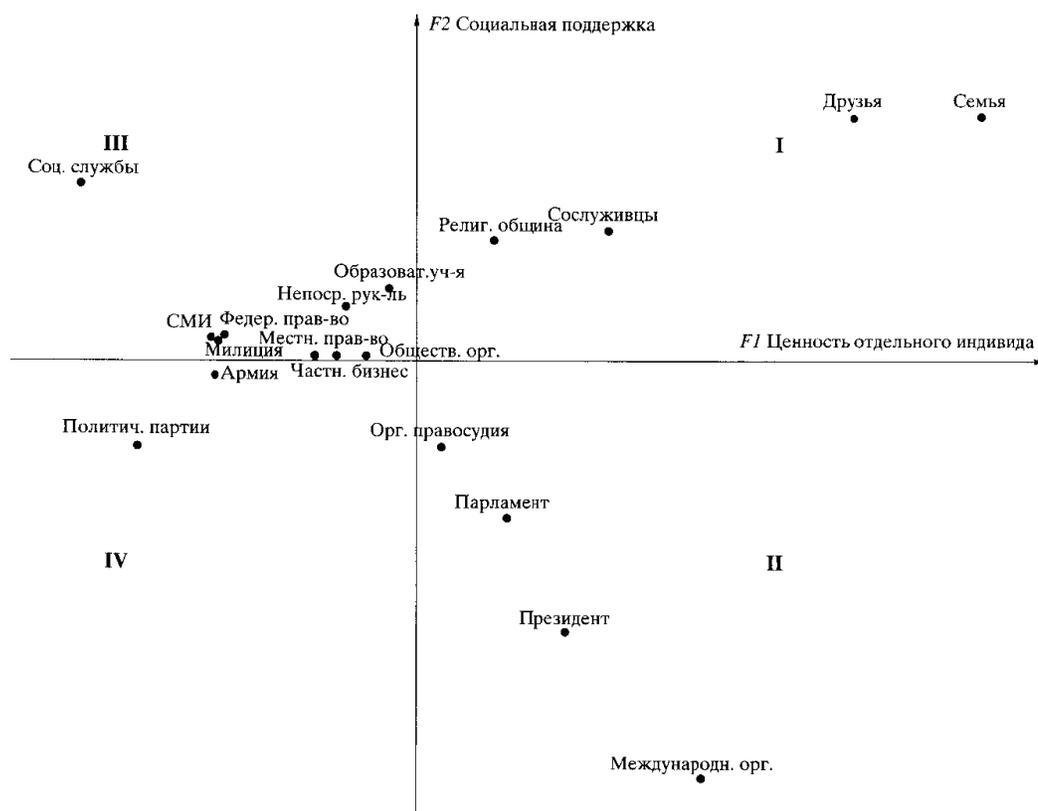


Рис. 5. Семантическое пространство, характеризующее восприятие чеченцами социального капитала общества:

I, II, III, IV — квадранты

Таким образом, анализ семантических пространств показывает, что при оценке социального капитала институтов общества этнические группы демонстрируют больше различий, чем сходств. Универсальным для всех пяти этнических групп оказалось то, что институты семьи и друзей имеют наибольший уровень социального капитала и во всех группах входят в квадрант I. В отношении других институтов наблюдается много различий. В частности, наблюдаются сильные различия в восприятии социального капитала церкви или религиозной общины.

Полученные результаты могут иметь серьезное практическое значение: они показывают, на какие институты, например, можно опираться при проведении различных реформ (это должны быть институты из числа обладающих высоким социальным капиталом). Аналогично можно говорить, какие из социальных институтов нуждаются в изменении, поскольку не принимаются обществом (т.е. имеют низкий уровень социального капитала).

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Артемьева Е.Ю.* Основы психологии субъективной семантики. — М.: Наука : Смысл, 1999.
- [2] *Демкив О.* Социальный капитал: теоретические основания исследования и операциональные параметры // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2004. — № 4. — С. 99—111.

- [3] *Колмэн Дж.* Капитал социальный и человеческий // *Общественные науки и современность*. — 2001. — № 3. — С. 122—139.
- [4] *Петренко В.Ф.* Основы психосемантики. — М.: Изд-во МГУ, 1997.
- [5] *Фукуяма Ф.* Доверие. — М.: Хранитель, 2006.
- [6] *Шихирев П.Н.* От капитала физического к капиталу социальному. — URL: <http://hoster.metod.ru:8082/cpt21/pub/teachers/6.2003>.

CROSS-CULTURAL ANALYSIS OF SOCIAL CAPITAL OF RUSSIAN SOCIETY

A.N. Tatarko

Chair of Organizational Psychology
National Research University — Higher School of Economy
Volgogradsky Av., 46b, Moscow, Russia, 109316

A psycho-semantic research of the social capital of the institutions of the Russian society has been carried out. The cross-cultural distinctions in the perceived social capital of the institutions are analyzed.

Key words: social capital, trust, semantic differential.