

Постановка проблемы

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 – это понятие «социального капитала». Показано, что общества, характеризующиеся высоким социальным капиталом, являются более прогрессивными в плане экономического развития, в таких обществах более подходящий климат для развития малого бизнеса, низкая коррупция, высокий субъективный уровень счастья и удовлетворенности жизнью у населения, низкий уровень криминала (Helliwell, Putnam, 1995; Svendsen, 2010). Понять механизм формирования и действия социального капитала можно, если изучить его психологический аспект – как формируется этот ресурс отношений и как он функционирует. Особенно актуальным представляется исследование социально-психологических явлений, которые могут способствовать интеграции поликультурного общества, такого, как, например, Россия. Исследование того, как формируется и как функционирует тот ресурс отношений, который позволяет большой социальной группе (обществу) интегрироваться и развиваться, является актуальным не только с сугубо научной точки зрения, но и с прикладной.

Социальный капитал создает среду для реализации благоприятных для развития общества моделей социального и экономического поведения, поэтому должна существовать связь между социально-психологическим капиталом (на основе которого формируется социальный капитал) и экономическими представлениями, установками людей, которые благоприятны для развития, т.е. эффективны. Эффективным экономическим поведением можно считать такие его виды, которые приносят благополучие не только индивидам или группам, но и всей социальной системе в целом.

Операционализация понятия «социально-психологический капитал»

Какова феноменология того ресурса отношений, которые способствуют развитию групп? На социетальном уровне существует ряд социально-психологических феноменов, которые способствуют развитию общества. Поэтому необходимо ввести понятие, которое бы объединяло эти феномены, а также выделить основные из них. В качестве такого понятия предлагается использовать термин «социально-психологический капитал».

Формирование и развитие понятия *социального капитала* явилось логическим развитием концепции человеческого капитала. Будучи введенным в научный лексикон в 1916 г. Л. Ханифан (Культура имеет значение, 2002), оно позднее было заимствовано из экономики и переосмыслено в русле других наук. Широкую известность термин «социальный капитал» получил благодаря исследованиям политолога Р. Патнэма (Патнэм, 1996) и работам социолога Дж. Коулмена, концептуальная статья которого, всесторонне рассматривающая феномен социального капитала вышла на русском языке в 2001 году (Коулмен, 2001). 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).

¹ В данной научной работе использованы результаты проекта «Ценности и экономическое поведение: тестирование объяснительных моделей в экспериментах и полевых исследованиях», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ- ВШЭ в 2013 году (ТЗ 92.0).

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 приводится по: Häuberer, 2011).

Авторы, занимающиеся проблематикой социального капитала, противоречат сами себе, отмечая, с одной стороны, о том, что социальный капитал «растворен в отношениях людей» (Коулмен, 2001), а с другой – говоря о «носителях социального капитала». Носителем, субъектом социального капитала является группа, социальный капитал, как ресурс группы, складывается из отдельных «вложений» людей. Что вкладывают люди в группу? Фактически, их вклад – это психологические отношения, которые можно определить как «социально-психологический капитал». Социально-психологический капитал отдельных людей, точнее их отношение как к группе в целом, так и к отдельным членам группы, окружению, на социальном уровне приводит к возникновению таких характеристик общности, на основании которых и категоризируют группу, как обладающую высоким социальным капиталом. В данном случае, социальная общность, как целостная система, начинает обладать капиталом, как неким набором инструментов для достижения своих целей: соблюдение норм без санкций, самоорганизация (сообщества, сплоченность), политическая активность. Но в основе этого социального капитала лежат особые 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, принадлежат в целом группе.*

Отношения являются основными сторонами психической жизни человека наряду с психическими процессами, свойствами, состояниями (Мясищев, 2011, с. 16). С позиции автора, социальный капитал формируется на основе определенных отношений, которыми характеризуются члены групп. *Точнее, группы, обладающие определенным ресурсом отношений, характеризуются как имеющие высокий социальный капитал.* Поскольку понятие психологических отношений является одним из базовых и активно разрабатываемых в психологии, особенно в отечественной психологии (Мясищев, 2011; Обозов, 1979; Шихирев, 1992; Сушков, 2008), то вопросы, связанные с формированием ресурса таких отношений, их функционированием, динамикой, могут быть успешно разработаны в рамках социальной психологии. Таким образом, необходимо, опираясь на определения родовых понятий, выработать определение социально-психологического капитала.

Социально-психологический капитал - это ресурс психологических отношений, содержащийся в социальных группах и доступный включенным в них индивидам. Именно этот ресурс отношений является психологической основой для формирования социального капитала. Данный ресурс отношений 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 собственному членству в этих группах (социальная идентичность).

В современных работах (Шихирев, 2003) механизмы формирования социального капитала трактуются с привлечением теории социального обмена. Данная теория, безусловно, способствует более глубокому пониманию сути социального капитала, однако она не позволяет объяснить, как формируются те самые психологические отношения, которые впоследствии формируют социальный капитал. Поскольку отношения - это эмоциональные связи, а не только обмен, для рассмотрения проблемы социально-психологического капитала автор предлагает иные теоретико-методологические основания. Теоретико-методологическими основаниями данной работы являются: ресурсный подход в психологии, психология отношений, собственно сама теория социального капитала и теория социальной идентичности.

Ресурсный подход в психологии (Ухтомский, 2002; Канеман, 2006; Бодров, 2006; Маклаков, 2001 и др.). Считается, что ресурсный подход в психологии уходит корнями в учение

Ухтомского о доминанте (Ухтомский, 2002). В психологическом плане доминанта является не чем иным, как мотивационным потенциалом поведения. Обобщая результаты ресурсного подхода, можно сделать заключение, что для совладания со средой люди используют различные виды психических ресурсов, в том числе и ресурсы отношений, которые позволяют группам и индивидам быть более успешными. Впервые факт наличия неформальных отношений в организации обратил на себя внимание во время Хоторнского эксперимента Э. Мэйо в 1924-1932 гг., когда производительность труда улучшалась только от самого наличия неформального взаимодействия рабочих с экспериментаторами. В рамках китайского подхода к изучению неформальных отношений как ресурса организации неоднократно была доказана позитивная роль этих отношений в формировании организационной лояльности, и в уменьшении текучести кадров (Farh et al, 1998; Law et al, 2000).

Психология отношений (Мясищев, 2011; Обозов, 1979). «Психологические отношения человека в развитом виде представляют целостную систему индивидуальных избирательных сознательных связей личности с различными сторонами объективной действительности» (Мясищев, 2011, стр. 15). В работах отечественных специалистов показано, что отношения людей влияют и на различные стороны их жизни (Бодалев, 1996; Сушков, 2008). С авторской точки зрения, отношения - это та промежуточная переменная, через которую связаны социальный капитал и экономическое развитие, экономическое поведение. Т.е. определенные виды отношений ведут к формированию социального капитала, который способствует реализации тех установок экономического поведения, которые есть у людей. Таким образом, мы можем ожидать, что психологические отношения, составляющие социально-психологический капитал, могут быть связаны с определенными социально-экономическими установками и представлениями.

Теория социальной идентичности. Когда изучаются психологические явления социетального уровня, рассмотрение отношения только к окружающим людям не представляется достаточным измерением социально-психологического капитала общества, тем более поликультурного. Необходима еще оценка сплоченности данного общества, оценка приверженности людей данному обществу. С авторской позиции таким индикатором для общества может служить гражданская идентичность, которая является индикатором включенности индивида в общество, мерой причастности к этому обществу. Родовым понятием, по отношению к понятию гражданской идентичности, служит понятие социальной идентичности. В психологии существует ряд основных подходов к изучению социальной идентичности: психодинамический (Э. Эриксон, Дж. Марасия), ситуационный подход к исследованию социальной идентичности (Д. Кемпбелл, М. Шериф), теория социальной идентичности (А. Тефель и Дж. Тернер) и конструктивистский (Ф. Барт, Т.Г. Стефаненко). Согласно классическому определению, «социальная идентичность - это часть Я-концепции индивида, возникающая из осознания своей принадлежности к социальной группе (или группам) вместе с оценкой и эмоциональным отношением к этому групповому членству» (Tajfel, 1982).

Представление о феноменологии и содержании социально-психологического капитала, позволяет перейти нам к рассмотрению его структуры и индикаторов, позволяющих оценить элементы данной структуры.

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. Так как социально-психологический капитал является основой для формирования социального капитала и связан с ним, то предлагая теоретический подход к структуре социально-психологического капитала автор, отталкивается от существующих взглядов на структуру родового понятия - социального капитала.

Табл. 1. Параметры социального капитала и их соотношение с параметрами социально-психологического капитала

| | |
|--|-----------------|
| | Соответствующие |
|--|-----------------|

| Показатели социального капитала | показатели социально-психологического капитала поликультурного общества |
|---|--|
| Вовлеченность в сообщество, в общественную деятельность (например, подписание петиций) членство в различных организациях (Onyx & Bullen, 2000; Goldfinger & Ferguson, 2009). | <i>Гражданская идентичность (позитивность, выраженность)</i> |
| Участие в волонтерской деятельности (Lillbacka, 2006; Goldfinger & Ferguson, 2009). | |
| Соблюдение базовых социальных норм отношений в сообществе (Putnam, 2001). | <i>Принятие культурного разнообразия (этническая толерантность)</i> |
| Позитивные установки по отношению к культурному многообразию, рассматриваются как компонент социального капитала (Onyx & Bullen, 1997, 2000; Westlund, Calidoni-Lundberg, 2007; Safr, 2010). | |
| 5. Доверие (генерализованное, социальное, институциональное) (Fukuyama, 1999; Lillbacka, 2006; Carpenter & Danieri, Takahashi, 2003; Goldfinger & Ferguson, 2009; Nahapiet & Ghoshal, 1998). | <i>Доверие:</i> - межличностное доверие; - социальное доверие и доверие к представителями иных этнических групп; - институциональное доверие. |
| Социальные сети, индивидуальный социальный капитал (кол-во людей, к которым человек может обратиться за помощью) (Lillbacka, 2006) | |
| Когнитивный социальный капитал (Lehis, 2008): - общее доверие - уровень включенности в сообщество или сообщества (идентичность) - доверие сообществу или сообществам - доверие центральному правительству | |

В табл. 1 приводятся наиболее часто встречаемые в литературе и обоснованные параметры социального капитала, которые используются в большинстве исследований. Во втором столбце приводятся соответствующие им показатели социально-психологического капитала поликультурного общества, т.е. социально-психологические явления, ответственные за формирование соответствующих элементов социального капитала. Далее рассмотрим кратко компоненты социально-психологического капитала поликультурного общества.

Гражданская идентичность. Родовым понятием по отношению к понятию гражданской идентичности, является понятие социальной идентичности (Tajfel, 1982). Социальная идентичность сама по себе также рассматривается в качестве одного из параметров социального капитала. При рассмотрении социального капитала на мезоуровне (например, в организациях), организационная идентичность включается в структуру социального капитала организаций (Shockley-Zalabak, Kathleen & Gaynelle, 2000). 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, 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. Гражданская идентичность способствует интеграции в обществе, способствуя снижению противоречий в нем, т.е. соединению всех групп, в том числе и этнических в единое целое. Это как раз та надэтническая идентичность, которая объединяет поликультурное общество, интегрирует его.

Доверие. Доверие является классическим показателем социального капитала. Однако нет никаких препятствий теоретического или методологического характера, чтобы включить доверие в структуру социально-психологического капитала, поскольку как психологическое явление, доверие, по сути, тоже является психологическим отношением. В литературе, посвященной проблематике социального капитала выделяется три основных вида доверия – общее (всем в целом), социальное (окружению, соседям, коллегам) (Putnam, 2001) и институциональное (различным социальным институтам) (Fukuyama, 1999). Фукуяма понимает доверие как возникающее у членов сообщества ожидание того, что другие его члены будут вести себя более

или менее предсказуемо, честно и внимательно к нуждам окружающих, в согласии с некоторыми общими нормами. В психологии доверие достаточно хорошо изучено (Скрипкина, 2001), и показано, что оно оказывает влияние на все стороны социальных и межличностных отношений.

Толерантность к культурному многообразию. Наличие в обществе толерантности к культурному многообразию снижает уровень дискриминации, и конфликтности в обществе, (способствуя его интеграции) которые препятствуют его развитию. Существуют лонгитюдные исследования, показывающие, что этническое разнообразие связано с экономической успешностью, с экономическим развитием (Temple, 1998). Существует общепринятая классификация видов социального капитала на соединяющий и связывающий. К «соединяющему» (bridging) социальному капиталу относят все те явления, которые способствуют формированию сплоченности в обществе – генерализованное доверие, наличие различных ассоциаций, которые позволяют людям кооперироваться и находить поддержку у окружения, наличие социальной идентичности высокого порядка (например, гражданская), толерантность к представителям иных групп, наличие общепринятых социальных норм и т.д. «Связывающий» (bonding) социальный капитал - это характеристики сплоченности отдельных групп: внутригрупповое доверие, внутригрупповая сплоченность, высокая внутригрупповая идентичность (Svendsen, 2010). И именно соединяющий социальный капитал способствует экономическому развитию (Beugelsdijk, Smulders, 2003). Толерантность к культурному многообразию и способствует формированию соединяющего социального капитала, лежащего в основе экономического развития, то есть является важным элементом социально-психологического капитала поликультурного общества.

В целом, результаты теоретического анализа позволяют выдвинуть гипотезу о том, что социально-психологический капитал не только является ресурсом для формирования социального капитала, способствующего интеграции и социально-экономическому развитию общества, но и непосредственно влияет на экономические установки и представления людей. То есть, социально-психологический капитал является детерминантой экономических установок и представлений, лежащих в основе продуктивного для всего общества экономического поведения.

Литература

1. Бодалев А.А. Психология общения. М.: Издательство «Институт практической психологии», Воронеж: НПО МОДЭК, 1996.
2. Бодров В.А. Проблема преодоления стресса. Часть 2. Процессы и ресурсы преодоления стресса. // Психологический журнал. – 2006.– Т. 27. – № 2. – С. 113 – 122.
3. Канеман Д. Внимание и усилие / пер. с англ. И. С. Уточкина. — М.: Смысл, 2006.
4. Коулмен Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. № 3. С. 122–139.
5. Мясищев В.Н. Психология отношений / сост В.А. Журавель; вст. ст. и ред. А.А. Бодалева. М.: МПСИ, Воронеж, МДЭК, 2011.
6. Обозов Н.Н. Межличностные отношения. Л.: Изд-во ЛГУ, 1979.
7. Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии / Пер. с англ. А.М. Захарова. М., 1996.
8. Скрипкина Т.П. Психология доверия: Учебное пособие. М., 2001.
9. Ухтомский А. А. Доминанта. — СПб.: Питер, 2002.
10. Шихирев П.Н. Природа социального капитала: социально-психологический подход / Общественные науки и современность, №2, 2003, стр. 17-32.
11. Beugelsdijk S., Ton Van Schaik, 2003. Social capital and regional economic growth, ERSA conference papers, European Regional Science Association curve', Challenge, 49:2. 112–120.
12. Farh, J. L., Tsui, A. S., Xin, K. and Cheng, B. S. (1998), 'The Influence of Relational Demography and Guanxi', Organization Science, 9: 471-98.
13. Fukuyama F. Trust: The social Virtues and the Creation Prosperity. N Y: Free Press, 1999.
14. Goldfinger J., Ferguson M. Social Capital and Governmental Performance in Large American Cities. State & Local Government Review, 2009. 41. 1. 28-29
15. Häuberer J. Social Capital Theory: Towards a Methodological Foundation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2011

16. Helliwell, J., Putnam, R. Economic growth and social capital in Italy. *Eastern Economic journal*, 1995. 221, 295-307.
17. Law, K. S., Wong, C. S., Wang, D. and Wang, L. (2000), 'Effects of Supervisor-Subordinate Guanxi on Supervisory Decisions in China: An Empirical Investigation', *International Journal of Human Resource Management*, 11: 751-65.
18. Lehis, E. Social capital in flux: Finding a job after conflict induced displacement. p. 54-55. Josef Korbel School of International Studies, ProQuest, 2008.
19. Lillbacka R. Measuring Social Capital: Assessing Construct Stability of Various Operationalizations of Social Capital in a Finnish Sample. *Acta Sociologica*, Vol. 49, No. 2, Social Capital (Jun., 2006), P. 209
20. Nahapiet J., Ghoshal S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage // *Academy of Management Review*, 1998. 23(2). 242–266.
21. Onyx, J., Bullen, P. Sources of social capital / I. Winter (ed.) *Social Capital and Public Policy in Australia*, Australian Institute of Family Studies, Melbourne, p. 105-134. 2000.
22. Portes A. Social Capital: Its Origins and Application in Modern Sociology // *Annual Review of Sociology*. 1998. 24. P. 1–24.
23. Putnam R. Social capital measurement and consequences. // *Canadian Journal of Policy Research*. 2001. V. 2. № 1. P. 41-51.
24. Safr, J. Social capital in cross-cultural comparison. Opportunity and limits: cultural dimension and social network measurement in representative surveys. Workshop on harmonization of Social Survey Data for Cross-National Comparison. Institute of Sociology, AS CR, Prague, October 2010.
25. Shockley-Zalabak, P., Kathleen K. & Gaynelle, W. (2000). Organizational trust: What it means, why it matters. *Organization Development Journal*, 18(4), 35-48.
26. Svendsen, G. (Ed.). *Handbook of social capital. The Troika of Sociology, Political Science and Economics*. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2010.
27. Tajfel H. *Social identity and intergroup relations*. Cambridge and Paris, 1982.
28. Temple, J (1998) Initial conditions, social capital and growth in Africa, *Journal of African Economies*, 7(3), pp. 309-347.
29. 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.