

УДК 316.6

Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Свенцицкий А.Л., Почебут Л.Г.

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

Ценности и социальное поведение людей с различными нетворкинг-стратегиями¹

Values and Social Behavior of People with Various Networking Strategies

Аннотация

Конструкт «нетворкинг-стратегия» описывает тенденциозность социального поведения личности по отношению к другим людям. Согласно описательной модели стратегий нетворкинга, каждая из выделенных 4-х социальных стратегий имеет ценностный, целевой, и поведенческий компоненты. В данном исследовании изучалось содержание ценностного компонента (по методике Ш. Шварца) и особенности поведения в различных ситуациях типа социальных дилемм людей с разными стратегиями. По результатам исследования на выборке из 54 человек установлено, что стратегия «Альтруистического инвестирования» опирается на ценности, связанные с заботой о других людях, справедливостью, толерантностью и стремлением быть принятым другими людьми. В поведении проявляется как готовность вкладывать свои ресурсы в интересы группы и закрепление справедливости. Стратегия «Нормативного партнерства» опирается на ценности поддержания репутации, выполнения долга перед своим окружением, личной и общественной безопасности, следования нормам и правилам, а также стремления к достижению успеха в соответствии с социальными стандартами. На поведенческом уровне эта стратегия проявляется в следовании правилу прямой взаимности. Стратегия «Межличностного прагматизма» опирается на ценности власти как доминирования над другими и контроля за ресурсами. Желание помочь другим людям связано у них с перспективой вознаграждения. Стратегия «Персонального продвижения» опирается на ценности самостоятельности и свободы, стремления к яркой и насыщенной жизни, достижениям и власти, а также на веру в важность и значимость человека.

Ключевые слова: социальный капитал, стратегии нетворкинга, социальные стратегии личности, просоциальное поведение, альтруизм, эгоизм, ценности, социальные дилеммы

Abstract

The construct of "networking strategy" describes the tendentiousness of a person's social behavior in relation to other people. According to the descriptive model of networking strategies, each of four social strategies identified has three components; those are the values, the purpose, and behavior. In this study, we investigated the content of the value component (assessed by Schwartz questionnaire) and the features of behavior in various situations such as social dilemmas of people with different strategies. According to the data from a sample of 54 people, it was found that the Altruistic Investment strategy is based on values related to care of other people, justice, tolerance and the desire to be accepted by others. In behavior, it manifests as a willingness to invest resources in the interests of the group and in the consolidation of justice. The Normative Partnership strategy is based on the values of maintaining a reputation, fulfilling a duty to social environment, personal and public safety, following norms and rules, and striving to achieve success in accordance with social standards. In behavior, it manifests in following the rules of direct reciprocity. The strategy of Interpersonal Pragmatism is based on the values of power as domination over others and control over resources. The desire to help other people in this case is connected with the prospect of reward. The strategy of Personal Promotion is based on the values of independence and freedom, the desire for a vivid and eventful life, achievements and power, as well as faith in the importance and significance of a person.

Keywords: social capital, networking strategies, social strategies of personality, prosocial behavior, altruism, selfishness, values, social dilemmas

¹ Исследование проведено в рамках проекта РФФИ №17-06-00777 «Нетворкинг-стратегии личности в формировании социального капитала социальной сети».

Введение

В современных социальных науках – политологии, социологии, экономике – накопилось большое число работ, посвященных изучению социального капитала различных общностей. Мы развиваем социально-психологический подход к социальному капиталу, рассматривая его не только на групповом, но и на индивидуальном уровне, и изучая социальный капитал отдельной личности (Марарица и др., 2018, 2019, 2020). Под социальным капиталом личности мы понимаем обладание индивидом надежной сетью взаимосвязей обоюдного знакомства и признания, благодаря которым он имеет доступ к разнообразным реальным или потенциальным ресурсам.

Каждый человек включен в несколько собственных социальных сетей, которые могут различаться между собой характером, частотой и глубиной контактов между людьми. Обращение к изучению неформальных социальных сетей, направленных на удовлетворение тех или иных потребностей личности, является одним из значимых трендов мировой науки. Использование таких связей обычно называют нетворкингом (*network* (англ.) – социальная сеть). Этим понятием обозначают «искусство создания, развития и поддержания возможностей встречаться с новыми людьми, чтобы обмениваться информацией и помогать друг другу» (Nuczynski, Buchanan, 1991, с. 180). «Нетворкинг», фактически, – это способность человека анализировать свою социальную сеть с точки зрения доступных ресурсов, открывать доступ к их использованию через целевые социальные интеракции и умение развивать новые связи, которые могут обеспечить его недостающими ресурсами (Van Buren III, Hood, 2011).

Нетворкинг, таким образом, основан на личных действиях одного человека по отношению к другому. В своем подходе мы, с одной стороны, признаем влияние социальных факторов на индивида (например, давление социальной роли и структуры социальной сети на его поведение), с другой стороны – подчеркиваем активность личности, ее осознанный и планируемый выбор линии поведения в отношении своего социального окружения,

определяющийся его ценностями и жизненной философией.

Мы предложили конструкт «нетворкинг-стратегия» для описания специфики поведения личности по отношению к другим людям, а также разработали типологию стратегий с опорой на феноменологию просоциального / эгоцентрического поведения (Марарица и др., 2018). Результаты феноменологического анализа были представлены ранее в указанной работе. Здесь мы приведем обновленные после нескольких этапов эмпирической проверки (Марарица и др., 2020) критерии стратегий (таблица 1).

Таблица 1 – Описательные критерии четырех стратегий нетворкинга

Альтруистическое инвестирование - АИ	Персональное продвижение - ПП
1 – готовность и расположенность помогать 2 – доброжелательность как норма отношения к другим людям 3 – нацеленность на общее благо, на улучшение ситуации для всех 4 – готовность помогать бескорыстно, без отдачи и вне перспективы сотрудничества 5 – внутреннее вознаграждение от помощи другому	1 – построение своего имиджа «силы и успеха» 2 – стремление к влиятельности 3 – ориентация на поиск бóльшего количества слабых связей широкого диапазона 4 – вера в себя и свои возможности 5 – нацеленность на признание и получение известности
Нормативное партнерство - НП	Межличностный прагматизм - МП
1 – уважение к действующим нормам, доверие к социальным институтам, желание снизить неопределенность 2 – связь самооценки с репутацией 3 – интерес к информации о репутации других людей 4 – инвестирование своих усилий и ресурсов при условии, если другие люди так делают (конформный, условный альтруизм) 5 – ориентация и расчет на взаимность в отношениях и помощи, вплоть до отказа помогать тем, кто повел себя вопреки нормам	1 – неверие в доброту 2 – ориентация в первую очередь на собственные интересы 3 – доброта как прикрытия, объяснение поступков альтруистическими мотивами постфактум; прагматизм 4 – дружеские отношения, основанные на выгоде 5 – эксплуатация нормы взаимности, создание сети социальных обязательств по отношению к себе

Как видно из таблицы 1, таких стратегий всего четыре – две просоциальные – «Альтруистическое инвестирование», «Нормативное партнерство» и две эгоцентрические – «Персональное продвижение», «Межличностный прагматизм». Таким образом, по вертикали стратегии различаются по направленности на просоциальное / эгоцентрическое поведение. В горизонтальной плоскости стратегии разделяет вектор «ориентация на приумножение социального капитала» (верхние квадранты) / «ориентация на использование социального капитала» (нижние квадранты).

Мы уже получили опыт структурного анализа компонентов стратегии на примере стратегии «Альтруистического инвестирования», эмпирически подтвердив в ней наличие ценностного, мотивационно-целевого и поведенческого компонентов, и сопоставив каждый из них с соответствующими конструктами, измеренными альтернативным образом (Марарица и др., 2019).

Цель данного исследования – изучить ценностный и поведенческий компоненты в структуре остальных трех стратегий, а также провести повторный анализ ценностей и поведения альтруистического инвестирования, используя альтернативный дизайн исследования.

Дизайн исследования

Выборка исследования состояла из 59 человек. После исключения на основе проверочных вопросов (проверялось понимание условий социальных дилемм) осталось 54 человека в возрасте 20-26 лет (медиана 21 год), 74% женщины. Выборку составили студенты вузов Санкт-Петербурга.

Гипотезы исследования

1. Предпочтение той или иной нетворкинг-стратегии основывается на ценностных ориентациях личности (типология ценностей и ценностных ориентаций опирается на модель Ш. Шварца (Шварц и др., 2012)).

1.1) Стратегия «Альтруистического инвестирования» опирается на

ценности благожелательности и универсализма (ценностная ориентация «самоопределение»).

1.2) Стратегия «Нормативного партнерства» опирается на ценности конформизма, традиций и безопасности (ценностная ориентация «сохранение»).

1.3) Стратегия «Межличностного прагматизма» опирается на ценности власти (особенно доминирования) и достижений (ценностная ориентация «самоутверждение»).

1.4) Стратегия «Персонального продвижения» опирается на ценности самостоятельности и стимуляции (ценностная ориентация «открытость изменениям»).

2. Нетворкинг-стратегии личности определяют выбор линии поведения в социальных дилеммах, и для каждой стратегии есть свой класс ситуаций, с которым она наиболее тесно связана.

2.1) Стратегия «Альтруистического инвестирования» будет связана с предпочтением решений в пользу альтруистического наказания, компенсации и поощрения, поддержания норм инвестиций в общее благо в различных обстоятельствах, в том числе и вне перспективы дальнейшего сотрудничества.

2.2) Стратегия «Нормативного партнерства» связана с готовностью помогать на условиях взаимности и на основе знания о репутации партнера; с готовностью инвестировать в общее благо в случае предвосхищения выгоды.

2.3) Стратегия «Межличностного прагматизма» связана с нежеланием помогать другим в ситуации несправедливого распределения ресурсов; с готовностью использовать анонимность для приумножения своих ресурсов в ущерб общему благу или интересам других людей; с отказом от инвестирования ради сохранения норм, которые не приводят к личной выгоде.

2.4) Стратегия «Персонального продвижения» связана с имиджевым

просоциальным поведением (поощрением правильных поступков других людей в случае, если эти действия станут известны другим); с готовностью приложить усилия для того, чтобы получить возможность управлять ситуацией.

Процедура и методы исследования

Исследование проводилось в виде онлайн-опроса в социальных сетях. Респондентам сначала предъявлялось информированное согласие с описанием целей исследования, после этого они заполняли опросник нетворкинг-стратегий личности (Марарица и др., 2020), а затем – опросник индивидуальных ценностей (Шварц и др., 2012). После него предъявлялся разработанный нами опросник социальных дилемм (см. Приложение) и социально-демографическая анкета (с вопросами о поле, возрасте, уровне образования и специальности).

Опросник социальных дилемм был создан на основе сюжета классических экономических игр с распределением денежных средств («Диктатор с наблюдателем» (1-я дилемма в нашем опросном листе), «Дилемма общего блага» (дилеммы 2 и 3 в опросном листе дилемм, см. Приложение)). Дилеммы были модифицированы под цели конкретного исследования с учетом критериев каждой из четырех стратегий и феноменов социального поведения, выделенных на основе теоретического анализа. Метод гипотетических экономических игр активно используется для изучения социального поведения личности (Казанцева, Марарица, 2016).

При разработке дизайна исследования принимались во внимание следующие эмпирические факты: (1) онлайн исследование обеспечивало анонимность игроков, а также исключало влияние присутствия экспериментаторов, что необходимо для экологической валидности экономических игр (Ben-Ner et al., 2008); (2) денежные выплаты участникам не производились, при этом гипотетический характер ситуации не снижает экологической валидности исследования (Ben-Ner et al., 2008; Engel, 2011;

Ogawa, Ida, 2015; Sefton, 1992); (3) абсолютная величина денежной суммы не влияет на ответы респондентов, здесь определяющим фактором являются относительные значения (Engel, 2011), поэтому для удобства перевода в процентные доли была выбрана сумма в 100 евро.

Манипуляция ситуационными переменными в дилеммах позволяет выявить внешние и внутренние факторы, определяющие поведение. В данном исследовании варьировались такие переменные, как: (1) анонимность или знакомство игроков друг с другом, или с репутацией друг друга в прошлых социальных ситуациях, а также с поведением в текущей игре; (2) однократное взаимодействие или серия интеракций, т.е. игра с перспективой сотрудничества или без нее; (3) наличие или отсутствие возможности избежать кооперации без финансовых и репутационных потерь; (4) известность или неизвестность выборов других людей в групповой игре; (5) наличие или отсутствие возможности получить финансовые, репутационные, властные привилегии за выбор просоциального поведения.

Результаты и обсуждение

Для проверки гипотез использовался корреляционный анализ (коэффициент ранговой корреляции Спирмена). Коэффициенты корреляции и уровень значимости представлены в таблице 2 и таблице 3, серым отмечены корреляции, которые остаются значимыми даже с поправкой на множественность сравнений Бонферрони.

Результаты проверки первой гипотезы о связи нетворкинг-стратегий и ценностей личности

Значимые в каждой нетворкинг-стратегии ценности представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Корреляции нетворкинг-стратегий и ценностей личности (* $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$; серым отмечены корреляции, которые остаются значимыми даже с поправкой на множественность сравнений Бонферрони)

Ценности по Ш. Шварцу	Альтруистическое инвестирование	Нормативное партнерство	Межличностный прагматизм	Персональное продвижение
Самостоятельность – Мысли	,217	,299*	,168	,580**
Самостоятельность – Поступки	-,101	-,029	,094	,316*
Стимуляция	,147	-,091	,190	,398**
Гедонизм	,182	-,074	-,137	,147
Достижение	,180	,465**	,128	,607**
Власть – Ресурсы	-,301*	,321*	,288*	,306*
Власть – Доминирование	-,183	,370**	,521**	,300*
Репутация	,192	,545**	,306*	,182
Безопасность – Личная	,058	,462**	,021	,021
Безопасность – Общественная	,038	,437**	,114	-,036
Традиция	,236	,155	-,223	,307*
Конформизм – Правила	,187	,350**	-,183	,134
Конформизм – Межличностный	,663**	,200	-,138	-,056
Скромность	-,033	-,083	-,211	-,400**
Благожелательность – Забота	,500**	,123	-,198	,333*
Благожелательность – Чувство долга	,655**	,319*	-,189	,292*
Универсализм – Забота о природе	,323*	-,193	-,393**	,126
Универсализм – Забота о других	,500**	-,091	-,561**	-,127
Универсализм – Толерантность	,475**	-,288*	-,350**	-,112

Для стратегии «Альтруистического инвестирования» значимыми ценностями оказались все виды благожелательности и универсализма, группа этих ценностей показывает, что такому человеку важно принятие другими

людьми, стремление к справедливости и лояльность к самым разным людям. Логичной и значимой кажется нам связь и с ценностью межличностного конформизма: избегание причинения вреда или огорчения другим людям, кроме того, похоже, что альтруисты не стремятся к власти при помощи контроля ресурсов. Все обнаруженные связи хорошо интерпретируются и согласуются с нашим представлением о стратегии.

Для стратегии «Нормативного партнерства» самыми важными оказались ценности безопасности, репутации (защиты публичного имиджа) и достижений (достижения успеха в соответствии с социальными стандартами / нормами успеха). Также из ожидаемых была обнаружена связь с конформизмом в правилах: соблюдение правил, законов и формальных обязательств. Связь с традициями и межличностным конформизмом не была выявлена.

Среди более слабых эффектов была обнаружена положительная связь с благожелательностью как чувством долга (стремление быть надежным и заслуживающим доверия членом группы). Интересно, что, несмотря на просоциальную направленность этой стратегии, проявилась отрицательная связь с толерантностью (принятием тех, кто отличается от тебя). Также обнаружены связи с ценностями власти и самостоятельности в мыслях.

Предположение о том, в каком квадранте ценностных ориентаций находятся самые сильные и многочисленные связи, подтвердилось. Однако результаты эмпирического исследования указывают на дополнительные личностные смыслы, которые не были учтены при формулировании гипотез, но оказались явно заметны в данных. «Нормативные партнеры» очень ориентированы на нормы, стандарты и требования общества. Они конформны, но, в отличие от «альтруистических инвесторов», делят мир на своих и чужих, и не против получить дополнительные ресурсы или власть, если это не станет явным нарушением правил. Им важно оставаться хорошими в глазах других, но при этом за ними остается достаточный запас социальной гибкости для преследования личных целей.

Стратегия «Межличностного прагматизма» оказалась связанной со стремлением к власти, но не к достижениям. Среди связей, которые не вошли в гипотезу 1.3, обнаружена отрицательная связь со всеми аспектами универсализма, которая может быть проинтерпретирована как глубокий эгоцентризм. А неожиданная связь с репутацией может быть объяснена тем, что «межличностные прагматики» действительно могут использовать управление имиджем в своих интересах или предпочитать оказывать влияние на других людей при помощи собственного имиджа.

Стратегия «Персонального продвижения», как и предполагалось, оказалась связана с самостоятельностью и стимуляцией (попала в ожидаемый ценностный квадрант). Связь с ценностями достижения также ожидаема, но для объяснения связи «Персонального продвижения» с ценностью традиций мы пока не имеем оснований. Положительные корреляции с властью, благожелательностью и отрицательную – со скромностью объяснить легче: такие люди не могут признать жизнь человека незначительной или ничтожной.

В целом, данные говорят в пользу подтверждения первой гипотезы.

Результаты проверки второй гипотезы о связи нетворкинг-стратегий и поведения в дилеммах

Результаты представлены в таблице 3 (код в строках соотносится с кодом ситуаций в опроснике дилемм, размещенном в Приложении; серым цветом выделены корреляции, которые остаются значимыми даже с поправкой на множественность сравнений Бонферрони).

Таблица 3 – Корреляции нетворкинг-стратегий и поведения в дилеммах (* $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$)

Выбор в дилеммах	Альтруистическое инвестирование	Нормативное партнерство	Межличностный прагматизм	Персональное продвижение
Альтруистическое наказание (d1s1q1)	,382**	-,012	-,075	-,058
Альтруистическая компенсация (d1s1q2)	,573**	,048	-,290*	-,077
Партнерское наказание (d1s2q1)	,316*	,069	,009	,009
Партнерская компенсация (d1s2q2)	,421**	,299*	-,242	,074
Наказание с учетом репутации (d1s3q1)	,355**	,061	,019	,082
Компенсация с учетом репутации (d1s3q2)	,359**	,187	-,096	,035
Альтруистическое поощрение (d1s4q1)	,527**	,213	-,091	,155
Поощрение с известностью среди знакомых (d1s4q2)	,451**	,204	,064	,218
Поощрение с известностью среди незнакомых (d1s4q3)	,465**	,190	,138	,220
Уход от вклада в общее благо в своих интересах (d2s2q1)	-,303*	-,104	,228	-,038
Конформный вклад в общее благо (d2s3q1)	,527**	,192	-,290*	,014
«Символическая» конформность (d2s3q2)	,448**	,067	-,182	,195
Анонимная социальная компенсация (d2s4q2)	,189	,159	,014	-,115
Неанонимная социальная компенсация (d2s4q3)	,235	,165	-,072	-,009
Неанонимное первое пожертвование (d3s2q1)	,334*	,230	-,170	,194
Неанонимное повторное пожертвование (d3s2q2)	,298*	,321*	-,054	,085
Пожертвование ради управления и контроля (d3s2q3)	,190	,320*	,182	,208
Пожертвование для «ухода в анонимность» (d3s2q4)	,171	,321*	,106	,140
Альтруистическое пожертвование (d3s3q2)	,385**	,096	-,186	-,119
«Рациональное» пожертвование (d3s3q3)	,184	,196	,022	,065
Конформное пожертвование (d3s4q2)	,540**	,195	-,346*	,236
Отказ от конформного пожертвования в своих интересах (d3s4q3)	-,270*	-,153	,194	-,072

Поведение людей со стратегией «Альтруистического инвестирования»

Как видно из таблицы 3, «Альтруистическое инвестирование» как стратегия связана с (1) альтруистическим наказанием (готовностью пожертвовать своими ресурсами, чтобы наказать того, кто распределил деньги нечестно), (2) альтруистической компенсацией (готовностью пожертвовать часть своих ресурсов, чтобы тот, кто был несправедливо обделен, получил в итоге больше) и (3) альтруистическим поощрением (готовностью пожертвовать часть своих ресурсов, чтобы поощрить того, кто поступил справедливо) в самых разных обстоятельствах:

- и вне перспективы дальнейшего сотрудничества с неизвестными партнерами по социальной ситуации (альтруистическое наказание, компенсация и поощрение: d1s1q1, d1s1q2, d1s4q1 в Приложении (здесь и далее будет приводиться код, позволяющий сопоставить вывод и предъявленную респонденту ситуацию));
- и в случаях, когда известно, что распределяющий ресурсы поступил несправедливо по отношению к респонденту в прошлом или имеет плохую репутацию («партнерское наказание» и «наказание с учетом репутации»: d1s2q1 и d1s3q1);
- и в случаях, когда обделенный получающий поступал хорошо по отношению к респонденту в прошлом или имеет хорошую репутацию («партнерская компенсация» и «компенсация с учетом репутации»: d1s2q1 и d1s3q1);
- и в случае, когда о действиях респондента (поощрении распределяющего, который поступил справедливо) никому неизвестно или станет известно знакомым или незнакомым ему людям (d1s4q1, d1s4q2 и d1s4q2).

«Альтруистические инвесторы» не готовы нарушать «норму вклада» в общее дело ради своих интересов, например, в ситуации, когда их поведение заставило бы остальных компенсировать за них групповую недостачу (d2s2q1). Они готовы поддерживать инвестирование в общее благо даже

тогда, когда в этом нет необходимости: необходимая сумма уже набралась, смысл таких действий – поддержание групповых норм, нацеленных на вклад в общее благо (d2s3q1). Более того, они готовы поддержать такую групповую норму и в случае, если дальнейшее взаимодействие не предполагается («символическая» конформность» – d2s3q2). На уровне тенденции была обнаружена готовность к социальной компенсации – поведению в ущерб своим интересам ради группы в ситуации, когда об этом поведении станет известно другим участникам (неанонимная социальная компенсация – d2s4q3).

Респонденты со стратегией «Альтруистического инвестирования» готовы быть первыми, кто пожертвует больше своих ресурсов ради выигрыша всей группы (о пожертвовании, по условиям, будет известно остальным). Это справедливо как для ситуации, когда им предстоит быть первыми, кто поступает таким образом (неанонимное первое пожертвование – d3s2q1), так и для ситуации, когда другой участник уже совершил подобное действие в прошлом (неанонимное повторное пожертвование – d3s2q2). Важно, что если за эти же действия давать возможность управления процедурой (пожертвование ради управления и контроля – d3s2q3) или возможность скрывать свой вклад и определять его очередность (пожертвование для «ухода в анонимность» – d3s2q4), то связь становится незначимой. По всей видимости, для альтруистов большой вклад ради получения личных предпочтений не так привлекателен. Смысл у этого поступка в таких случаях уже совсем иной: действие в интересах группы превращается в действие в своих интересах.

Люди с нетворкинг-стратегией «Альтруистического инвестирования» готовы жертвовать своими ресурсами ради общего блага – блага других, даже если они в этом случае ничего не выиграют. То есть будущий прирост в личных ресурсах полностью нивелируется пожертвованием в настоящем (альтруистическое пожертвование – d3s3q2). Опять можно наблюдать, как добавление в условия социальной ситуации личного интереса (если взнос

большей суммы, чем внесли остальные участники, приведет и к личному выигрышу в будущем) приводит к ослаблению связи поведения с этой стратегией («рациональное» пожертвование – d3s3q3). Логичным представляется и последний результат: готовность поддержать других участников вкладывать в общее благо больше необходимого, чтобы сделать ситуацию справедливой – все вкладывают одинаково и одинаково от этого выигрывают (конформное пожертвование – d3s4q2). Как и следовало ожидать, для них неприемлемо обратное поведение: отказ от большего вклада в согласии с групповой нормой ради того, чтобы выиграть больше ресурсов для себя (отказ от конформного пожертвования в своих интересах – d3s4q3). Обнаруженные закономерности полностью совпадают с ожидаемым для этой стратегии поведением, зафиксированным в гипотезе 2.1. Стоит отметить, что данные результаты можно рассматривать как репликацию полученных нами ранее результатов для краткой версии «Шкалы альтруистического инвестирования» (Марарица и др., 2019).

Поведение людей со стратегией «Нормативного партнерства»

Стратегия «Нормативного партнерства» действительно оказалась связана с готовностью помогать на условиях взаимности (партнерская компенсация – d1s2q2). Есть связь с альтруистической компенсацией (готовностью пожертвовать часть своих ресурсов, чтобы тот, кто был несправедливо обделен, получил больше). Однако связь с компенсацией в ситуации, когда тот, кто был несправедливо обделен, имеет хорошую репутацию, не подтвердилась (компенсация с учетом репутации – d1s3q2). Видимо, готовность помочь другому человеку в ситуации несправедливости связана для людей – «нормативных партнеров» – именно с прямой взаимностью, а не с репутацией. С взаимностью, но уже на групповом уровне, связана и готовность инвестировать больше в общее благо. Если другой член группы ранее уже жертвовал свои ресурсы на благо группы (неанонимное повторное пожертвование – d3s2q2), то быть первым, кто поступит так же,

«нормативный партнер» не готов (связь с неанонимным первым пожертвованием – $d3s2q$ не значима).

Мы не ожидали, что единственной стратегией, которая будет коррелировать с готовностью выиграть возможность управления ситуацией, получения контроля над ней или возможности скрыть свои действия от других, окажется именно стратегия «Нормативного партнерства» (пожертвование ради управления и контроля ($d3s2q3$) и пожертвование для «ухода в анонимность» ($d3s2q4$)). Этот результат согласуется с результатами, которые мы получили при анализе ценностей: люди со стратегией «нормативного партнерства» оказались ориентированы на власть, репутацию и достижения. Их просоциальность, в первую очередь, – это желание вести себя нормативным образом, выполняя все правила и обязательства. По всей видимости, им очень важно показать, что они следуют договоренностям и нормам при достижении своих личных целей.

«Нормативные партнеры» действительно готовы инвестировать в общее благо в случае предвосхищения выгоды. Эта стратегия не скоррелировала с поведением, где смысл инвестиций заключался в формировании и поддержании групповых норм, как это делают люди со стратегией альтруистического инвестирования.

Поведение людей со стратегией «Межличностного прагматизма»

Стратегия «Межличностного прагматизма» оказалась отрицательно связана как с желанием помочь тем, кто обделен из-за несправедливого распределения ресурсов (альтруистическая компенсация – $d1s1q2$), так и с желанием поддерживать групповые нормы по инвестированию в общее благо (конформный вклад в общее благо – $d2s3q1$ и конформное пожертвование – $d3s4q2$). На уровне тенденции ($p \leq 0,06$) была обнаружена связь с готовностью уклониться от инвестиций в общее благо, если такая возможность есть, перекладывая бремя вложений в общее благо на других людей (уход от вклада в общее благо в своих интересах – $d2s2q1$). Интересно то, что люди с этой

стратегией не готовы вкладывать свои ресурсы в общее благо, чтобы получить возможность управлять ситуацией или возможность скрыть свои действия от других (пожертвование ради управления и контроля – d3s2q3 и жертвование для «ухода в анонимность» – d3s2q4). Это поведение социально нежелательно, поэтому, возможно, для получения значимого результата необходима бóльшая выборка.

При анализе влияния на решения респондентов изменений в условиях социальной ситуации, оказалось, что для этой стратегии на готовность инвестировать в общее благо всегда сильно и значимо действует один и тот же фактор: возможность получить выгоду лично для себя. Мы ввели еще один класс переменных (условно говоря, «дельту готовности инвестирования в общее благо»), которые рассчитывались как разность выраженности намерения вкладываться в общие нужды в двух различных ситуациях. После этого вычислили корреляции полученных переменных с показателями по различным нетворкинг-стратегиям.

Приверженность стратегии «Межличностного прагматизма» связана с дельтой готовности инвестирования в общее благо только в тех ситуациях, где появляется личный выигрыш:

- жертвование ради управления и контроля (d3s2q3) для них привлекательнее, чем неанонимное первое жертвование (d3s2q1) (корреляция с дельтой $r=0,436$, $p \leq 0,01$);
- жертвование для «ухода в анонимность» (d3s2q4) для них привлекательнее, чем неанонимное первое жертвование (d3s2q1) (корреляция с дельтой $r=0,350$, $p \leq 0,01$);
- «рациональное» жертвование (d3s3q3) привлекательнее, чем альтруистическое жертвование (d3s3q2) (корреляция с дельтой $r=0,227$, на уровне тенденции $p \leq 0,6$).

Гипотеза о поведении «межличностных прагматиков» в социальных дилеммах подтвердилась полностью. По всей видимости, они по-другому оценивают справедливость и несправедливость. Они стремятся там, где это

возможно, оставить ресурсы за собой и не мотивированы делиться ради поддержания позитивных групповых норм, не проявляют конформность.

Поведение людей со стратегией «Персонального продвижения»

Для стратегии «Персонального продвижения» ожидалась связь с тремя видами поведения:

- альтруистическое поощрение, о котором будет известно среди знакомых (d1s4q2);
- альтруистическое поощрение, о котором узнают незнакомые люди (d1s4q3);
- пожертвование своих ресурсов ради получения возможности управлять и контролировать процедуру (d3s2q3).

Оказалось, что значимых корреляций, даже на уровне тенденции, обнаружить не удалось, хотя знак корреляции и совпадает с нашими ожиданиями. Возможно, для окончательного суждения об отсутствии или наличии этого эффекта нам необходимо увеличить выборку.

Интересным нам показался результат о том, что люди с этой стратегией реагируют на следующее обстоятельство: принесет ли их инвестиция возможности для других. Это значит, что они готовы вкладывать ресурсы для поддержания позитивных групповых норм. Но им не интересно вести себя конформно и улучшать ситуацию для всех, если это ничего не изменит для них («рациональное» пожертвование (d3s3q3) привлекательнее, чем альтруистическое пожертвование (d3s3q2) (корреляция с дельтой готовности вложить свои ресурсы в этих двух ситуациях составила $r=0,311$, $p \leq 0,05$)).

В отличие от «межличностных прагматиков» респонденты со стратегией «Персонального продвижения» не готовы использовать возможности для уклонения от вклада в общее благо в своих интересах. Возможно, для них важно найти компромисс между своими интересами и интересами других людей. При этом, в отличие от «нормативных партнеров», хороший компромисс для них заключается не в выполнении правил и норм с

сохранением своей репутации, а в рациональном поведении. Они стараются выбирать такое поведение, которое будет приводить к учету интересу всех сторон – сотрудничать. Паттерн корреляций с ценностями также косвенно указывает на такую интерпретацию результатов.

В целом, данные говорят в пользу подтверждения второй гипотезы. Из таблицы 3 видно, что эффекты, полученные для «Альтруистического инвестирования», – самые яркие и многочисленные. Это связано с двумя причинами: (1) с совпадением этих эффектов и связи самой стратегии с социально-желательным поведением (Марарица и др., 2019, 2020); (2) с большей методической проработанностью социальных дилемм для этой стратегии (Марарица и др., 2019).

Ограничения исследования состоят в узком возрастном диапазоне выборки (20-26 лет) и неуравновешенности по полу (74% женщины). Возможно, что для проявления всех ожидаемых эффектов объем выборки оказался недостаточным. Безусловно, стоит дополнить лист социальных дилемм новыми вопросами, опираясь на результаты настоящего исследования. Появились новые гипотезы, для проверки которых стоит составить соответствующие социальные ситуации для стратегий «Нормативного партнерства» и «Персонального продвижения». Цель этих новых социальных ситуаций заключается в том, чтобы обнаружить условия, при которых в данных стратегиях возможен компромисс между своими интересами и интересами других людей.

Выводы

1) Стратегия «Альтруистического инвестирования» опирается на ценности, связанные с заботой о других людях, справедливостью, толерантностью и стремлением быть принятым другими людьми. В социальных ситуациях эта стратегия проявляет себя как готовность вкладывать свои ресурсы в то, чтобы закреплять справедливые действия других людей; помогать тем, кто оказался обделен; поддерживать позитивные

социальные нормы; действовать в интересах группы, даже если это не повлечет за собой вознаграждения в виде улучшения репутации или дополнительных ресурсов.

2) Стратегия «Нормативного партнерства» опирается на ценности поддержания репутации, выполнения долга перед своим окружением, личной и общественной безопасности, следования нормам и правилам, а также стремления к достижению успеха в соответствии с социальными стандартами. В социальных ситуациях эта стратегия проявляет себя в следовании правилу прямой взаимности как на индивидуальном, так и на групповом уровне; готовности инвестировать в общее благо, если это даст контроль над ситуацией или позволит скрывать свои действия от других людей.

3) Стратегия «Межличностного прагматизма» опирается на ценности власти как доминирования над другими и контроля за ресурсами, с сохранением репутации и отсутствием желания заботиться о том, что выходит за рамки личных интересов. В социальных ситуациях эта стратегия проявляется в нежелании помогать другим людям или действовать конформно, если это требует вложения личных ресурсов; готовности уклониться от инвестиций в общее благо. Желание помочь другим людям связано с тем, будет ли помощь вознаграждена в дальнейшем.

4) Стратегия «Персонального продвижения» опирается на ценности самостоятельности и свободы в мыслях и поступках, любопытства, стремления к яркой и насыщенной жизни, достижениям и власти, а также на веру в важность и значимость человека. В социальных ситуациях эта стратегия не получила ожидаемой связи с готовностью инвестировать свои ресурсы в общее благо ради возможности управлять ситуацией. Также она оказалась не связанной с готовностью поддерживать справедливые действия со стороны других людей, если об этом узнают окружающие. Следует провести повторное исследование, чтобы верифицировать результат на большей выборке. Единственным найденным нами эффектом оказалась сравнительно большая привлекательность выбора линии поведения, при

которой есть возможность без потерь для себя помочь другим людям, по сравнению с конформным поведением ради поддержания групповых норм.

5) В результате анализа мы сформулировали гипотезу, требующую дополнительной проверки. Мы предположили, что для людей со стратегией «Нормативного партнерства» характерно преследование своих интересов в социально приемлемой форме. Главное для них – не нарушить нормы и не навредить своей репутации. Для тех, кто привержен стратегии «Персонального продвижения», преследование своих интересов не предполагает обязательного следования нормам и заботы о своей репутации. Они скорее придерживаются рационального подхода к социальным отношениям и опираются на стратегию сотрудничества, в которой важно, чтобы ничьи интересы не были ущемлены.

Список использованных источников

- Казанцева Т.В., Марарица Л.В. Ситуационные факторы решения социальных дилемм в экономических играх: эмпирическое исследование на выборке российской молодежи // *Universum: Психология и образование: электрон. научн. журн.*, 2016. № 5 (23). URL: <http://7universum.com/ru/psy/archive/item/3177> (дата обращения: 10.05.2016).
- Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л. Альтруистическое инвестирование как нетворкинг-стратегия личности: разработка шкалы и проверка конструктивной валидности // *Социальная психология и общество*, 2019. Том 10. № 3. С. 157-176. doi:10.17759/sps.2019100310
- Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л. Опросник нетворкинг-стратегий личности: валидизация методики // *Социальная психология и общество*, 2020 (*в печати*).
- Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л. Разработка опросника нетворкинг-стратегий личности // *Петербургский психологический журнал*, 2018. № 25. С. 13-50. URL: <http://ppj.spbu.ru/index.php/psy/article/view/220>
- Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С., Липатова А.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России // *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 2012. № 9(1). С. 43-70.
- Ben-Ner A., Kramer A., Levy O. Economic and hypothetical dictator game experiments: incentive effects at the individual level // *Journal of Socio-Economics*, 2008. Vol. 37. № 5. Pp. 1775-1784.
- Engel C. Dictator Games: A Meta Study // *Experimental Economics*, 2011. Vol. 14. № 4. Pp. 583-610.
- Huczynski A.A., Buchanan D.A. *Organizational Behaviour*. Englewood Cliffs, N.Y., Prentice Hall, 1991. 617 p.

- Ogawa K., Ida T. Investigating donating behavior using hypothetical dictator game experiments // *Review of Social Economy*, 2015. Vol. 73. № 2. Pp. 176-195.
- Sefton M. Incentives in simple bargaining games // *Journal of Economic Psychology*, 1992. Vol. 13. № 2. Pp. 263-276.
- Van Buren III H., Hood J. Building student competency to develop power and influence through social capital // *Journal of Management Education*, 2011. V. 35(5). Pp. 648-678.

References

- Kazantseva T.V., Mararitsa L.V. Situatsionnye faktory resheniia sotsial'nykh dilemm v ekonomicheskikh igrakh: empiricheskoe issledovanie na vyborke rossiiskoi molodezhi [Situational Factors Of Solving Social Dilemmas In Economic Games: An Empirical Study On A Sample Of Russian Youth] // *Universum: Psikhologiya i obrazovanie: elektron. nauchn. zhurn.*, 2016. No. 5 (23). URL: <http://7universum.com/ru/psy/archive/item/3177> (Accessed: 10.05.2016). (In Russian, Abstr. in English)
- Mararitsa L.V., Kazantseva T.V., Pochebut L.G., Svetsitskii A.L. Al'truisticheskoe investirovanie kak networking-strategiya lichnosti: razrabotka shkaly i proverka konstruktnoi validnosti [Altruistic investment as a personal networking strategy: development of a scale and verification of construct validity] // *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo*, 2019. Vol. 10. No. 3. Pp. 157-176. doi:10.17759/sps.2019100310 (In Russian, Abstr. in English)
- Mararitsa L.V., Kazantseva T.V., Pochebut L.G., Svetsitskii A.L. Oprosnik networking-strategii lichnosti: validizatsiya metodiki [Questionnaire of personality networking strategies: method validation] // *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo*, 2020 (in press). (In Russian)
- Mararitsa L.V., Kazantseva T.V., Pochebut L.G., Svetsitskii A.L. Razrabotka oprosnika networking-strategii lichnosti lichnosti [Development of the 'Personality Networking Strategies' Questionnaire] // *Peterburgskij psikhologicheskij zhurnal*, 2018. No. 25. Pp. 13-50. URL: <http://ppj.spbu.ru/index.php/psy/article/view/220> (In Russian, Abstr. in English)
- Shvarts Sh., Butenko T.P., Sedova D.S., Lipatova A.S. Utochnennaya teoriya bazovykh individual'nykh tsennostei: primeneniye v Rossii [Refined theory of basic individual values: application in Russia] // *Psikhologiya. Zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki*, 2012. No. 9(1). Pp. 43-70. (In Russian)
- Ben-Ner A., Kramer A., Levy O. Economic and hypothetical dictator game experiments: incentive effects at the individual level // *Journal of Socio-Economics*, 2008. Vol. 37. No. 5. Pp.1775-1784.
- Engel C. Dictator Games: A Meta Study // *Experimental Economics*, 2011. Vol. 14. No. 4. Pp. 583-610.
- Huczynski A.A., Buchanan D.A. *Organizational Behaviour*. Englewood Cliffs, N.Y., Prentice Hall, 1991. 617 p.
- Ogawa K., Ida T. Investigating donating behavior using hypothetical dictator game experiments // *Review of Social Economy*, 2015. Vol. 73. No. 2. Pp. 176-195.
- Sefton M. Incentives in simple bargaining games // *Journal of Economic Psychology*, 1992. Vol. 13. No. 2. Pp. 263-276.
- Van Buren III H., Hood J. Building student competency to develop power and influence through social capital // *Journal of Management Education*, 2011. Vol. 35(5). Pp. 648-678.

Приложение. Опросник социальных дилемм

Инструкция

Задание составляют 3 игры – дилеммы, где можно выбирать свою линию поведения в зависимости от социальной ситуации.

Постарайтесь представить предложенные ситуации как можно более живо, чтобы понять, каким могло бы быть Ваше поведение, и ответьте на вопросы.

Помните, что здесь нет правильных и неправильных ответов, выбирайте тот вариант, который Вы бы выбрали, будь предложенная ситуация реальной.

Если Вам предложенное поведение кажется маловероятным, то выбирайте ответ «1 – вероятность крайне низка»; если очень вероятным, логичным для вас, то «7 – я точно так и сделаю».

Дилемма 1

Допустим, Вас случайным образом (методом жеребьевки) объединили с двумя людьми. Игра связана с распределением денег, и каждому из вас случайно может достаться одна из ролей: 1 – распределяющего выделенные деньги, 2 – получающего деньги (от распределяющего) или 3 – наблюдателя. Игра состоит из одного тура. Распределяющий получил по жребию 100 евро и должен их разделить между собой и получателем любым образом. Вам выпала роль наблюдателя. У Вас есть свои деньги, которые Вы можете: оставить себе или потратить на то, чтобы наказать или поощрить или помочь другим игрокам.

Ситуация 1. Случилось так, что распределяющий оставил себе 80, а получающему отдал 20 евро. Этих людей Вы не знали раньше и никогда не встретите в будущем.

Какова вероятность, что Вы отдадите часть своих денег, чтобы наказать распределяющего (он лишится части того, что оставил себе)?

Какова вероятность того, что в этом случае Вы отдадите часть своих евро, чтобы помочь получающему компенсировать разницу (сумма у него увеличится)?

Ситуация 2. Случилось так, что распределяющий оставил себе 80, а получающему отдал 20 евро. С этими людьми Вы уже играли и знаете, как они поступали в игре ранее.

Какова вероятность того, что в этом случае Вы отдадите часть своих денег, чтобы наказать распределяющего, если он и Вам давал лишь малую часть?

Какова вероятность того, что в этом случае Вы отдадите часть своих евро, чтобы помочь получателю компенсировать разницу, если он добавлял Вам денег в подобной ситуации?

Ситуация 3. Случилось так, что распределяющий оставил себе 80, а получающему отдал 20 евро. С этими людьми Вы не играли, но вам известна их репутация.

Какова вероятность того, что в этом случае Вы отдадите часть своих денег, чтобы наказать распределяющего, если у него репутация нечестного человека?

Какова вероятность того, что в этом случае Вы отдадите часть своих евро, чтобы помочь получателю компенсировать разницу, если Вам известно, что он всегда поступает справедливо?

Ситуация 4. Случилось так, что распределяющий оставил себе 50 и получающему отдал 50 евро. Этих людей Вы не знали раньше и никогда не встретите в будущем. К этому моменту у Вас накоплено больше денег, чем у всех остальных игроков.

Какова вероятность того, что Вы отдадите часть своих денег, чтобы поощрить распределяющего (он чаще будет получать роль распределяющего в будущем)?

Какова вероятность того, что Вы отдадите часть своих денег, чтобы поощрить распределяющего, если о Вашем решении узнают знакомые Вам люди?

Какова вероятность того, что Вы отдадите часть своих денег, чтобы поощрить распределяющего, если о Вашем решении узнают люди, которых Вы не знаете?

Дилемма 2

Играют 5 незнакомых друг с другом игроков. Игра состоит из нескольких туров, и в каждом туре все игроки получают по 15 евро. В каждом туре игрок волен решать, сколько евро оставить себе, а сколько – отдать на общие нужды. При этом есть одно условие. В каждом туре на общие нужды должно быть отдано в сумме не менее 25 евро (если каждый участник делает равный вклад, то это будет 5 евро). Если эта сумма не набирается, то игра заканчивается.

Ситуация 1. Если все участники вносят по 5 евро на общие нужды, а Вы положили на 1 больше, то сколько окажется в общей копилке?

21, 24, 25, 26

Ситуация 2. Представьте, что Вы оказались первым, кто принимает решение о том, сколько внести на общие нужды. При этом другие игроки знают только то, сколько денег на общем счете, но не знают, кто именно сколько внес.

Какова вероятность, что Вы внесете меньше 5 евро в расчете, что у остальных будет возможность компенсировать недостачу, чтобы игра продолжилась?

Ситуация 3. Представьте, что в первом туре к моменту, когда очередь дошла до Вас, на общие нужды уже набралось 25 евро.

Какова вероятность того, что Вы все равно внесете 5 евро или более на общие нужды?

Будете ли Вы вносить свои деньги на общие нужды, если этот тур игры последний?

Ситуация 4. Сейчас идет первый тур игры, и Вы вносите евро на общий счет последним. Вы узнаете, что на общие нужды набралось лишь 18 евро. Чтобы игра продолжилась, и все смогли получить свои 15 евро в следующем туре, вам необходимо добавить как минимум 7 евро из своих средств (тогда у Вас останется 8 евро из 15, полученных в этом туре).

Если Вы положите 5 евро, а не 7, то сколько окажется в общей копилке?

15, 20, 23, 25

Какова вероятность того, что Вы внесете как минимум 7 евро на общие нужды, чтобы игра продолжилась?

Какова вероятность того, что Вы внесете 7 евро на общие нужды, если о ваших действиях станет известно всем игрокам?

Дилемма 3

Правила те же, что и в предыдущей дилемме, т.е. каждый тур игроки получают по 15 евро, часть оставляют себе и часть отдают на общие нужды. Но в этой игре есть одно дополнительное условие. По новым правилам, если в общей копилке 26 евро или более, то в

следующем туре все получают на один евро больше (т.е. не 15, а 16 евро). Для этого кто-то (хотя бы один человек) должен внести в общую копилку как минимум 6 евро.

Ситуация 1. Если все игроки внесли по 6 евро на общие нужды, то сколько получит каждый в следующем туре?

9, 15, 16, 21

Ситуация 2. Вы оказались первым, кто принимает решение о том, сколько внести на общие нужды. Все игроки знают, кто сколько внес на общие нужды.

Какова вероятность того, что Вы внесете 6 евро на общие нужды?

Какова вероятность того, что Вы внесете 6 евро на общие нужды, если в прошлый раз один из участников поступил подобным образом?

Какова вероятность, что Вы внесете 6 евро, если это даст вам возможность задавать очередность внесения вклада для всех участников игры?

Какова вероятность, что Вы положите 6 евро, если это даст Вам возможность скрывать свой вклад и выбирать очередность своего взноса в следующих турах?

Ситуация 3. Вы оказались последним, кто принимает решение о том, сколько внести на общие нужды и сейчас собрано 20 евро. Если Вы внесете 5 евро, игра продолжится, но все получают по 15 евро в следующем туре. Если же Вы внесете как минимум 6 евро, то все в следующем туре получают по 16 евро. При этом другие игроки знают только то, сколько денег на общем счете, но не знают, кто именно сколько внес.

Если Вы вносите 6 евро вместо 5, то как изменится Ваш доход в сумме за этот и следующий туры?

–я получу на 1 евро меньше за два тура, если внесу 6 евро вместо 5,

–мой доход за два тура будет одинаковым, не важно 5 или 6 евро я внесу,

–я получу на 1 евро больше за два тура, если внесу 6 евро вместо 5.

Какова вероятность того, что Вы внесете 6 евро, а не 5, если другие игроки узнают только то, сколько денег на общем счете, но не кто именно сколько внес?

Какова вероятность, что Вы внесете 6 евро, если это увеличит сумму вознаграждения не до 16 евро, а до 18 для каждого игрока, то есть в итоге Вы получите 2 дополнительных евро, в то время, как остальные получают по 3 дополнительных евро?

Ситуация 4. Теперь Вы не первый и не последний, кто принимает решение о том, сколько внести на общие нужды. Если на общем счете оказывается 26 евро или более, то все получают по 18 евро в следующем туре, если 25 евро, то каждый получает по 15 евро. Если же 25 евро не набирается, то игра заканчивается. Когда очередь дошла до Вас, Вы поняли, что другие участники решили вносить по 6 евро на общие нужды.

При этом другие игроки знают только то, сколько денег на общем счете, но не знают, кто именно сколько внес.

Если каждый из игроков внесет по 6 евро, сколько окажется в общей копилке?

24, 26, 30, 36

Какова вероятность, что Вы тоже, как все, внесете 6 евро, зная, что это уже никак не повлияет на сумму, которую каждый игрок получит в следующем туре?

Какова вероятность того, что Вы положите меньше 6 евро, чтобы не лишать себя возможности накопить побольше?