

УДК 159.99

Татарко А.Н.

Национальный исследовательский университет – Высшая школа экономики,
Москва

Социально-психологический капитал личности в поликультурном обществе¹

Socio-psychological capital of a person in a multicultural society

Аннотация

В работе рассматривается новый для социальной психологии конструкт – социально-психологический капитал личности, а также обосновывается необходимость его введения в понятийный аппарат социальной психологии. Рассмотрение и анализ социально-психологического капитала личности производится с точки зрения ее включенности в межкультурные отношения в поликультурном обществе, каким является Россия. В работе дается определение социально-психологического капитала личности, предлагается взгляд на его структуру, а также рассматриваются его возможные предикторы и следствия.

Ключевые слова: Социально-психологический капитал, социальный капитал, психологические отношения, психологические ресурсы.

Abstract.

The paper is devoted to the new construct in social psychology - socio-psychological capital of a person. The necessity of its introduction to the conceptual apparatus of social psychology is justified. Analysis of the concept is conducting in a way of how it can be integrated in intercultural relations of such multicultural society as Russia. This article contains definition of socio-psychological capital of a person, description of its structure, possible predictors and effects.

Key words: socio-psychological capital, social capital, psychological relationships, psychological resources.

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

¹ Данное исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2013 г. (проект ТЗ 53.0 "Социокультурные факторы взаимной адаптации мигрантов и принимающего населения в регионах России").

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.

В настоящее время в социальной психологии хорошо изучены факторы, способствующие интеграции малых групп, изучено влияние групповой идентичности на поведение индивида. Однако социально-психологические явления, регулирующие поведение индивида на макроуровне (на уровне общества) в социальной психологии изучены значительно слабее. Таких явлений может быть достаточно много, и поэтому в процессе разработки проблемы очень важно, опираясь на существующие в социальной психологии и смежных дисциплинах подходы, отобрать те явления, которые являются наиболее важными.

Цель данной статьи состоит в теоретическом анализе и обосновании необходимости введения нового психологического конструкта – социально-психологического капитала личности. Социально-психологический капитал личности – это определенные виды психологических отношений личности к членам группы и группе в целом, которые при агрегации и составляют социальный капитал группы. Для введения данного понятия есть две основные причины.

Первая причина. В последнее время понятие «капитал» довольно прочно вошло в терминологический аппарат зарубежной и отечественной социальной психологии. «Тематика социального капитала в последнее время выходит на одно из первых мест в социальной психологии» (Шихирев, 2003). Однако, исследование социального капитала в психологии сопряжено с методологическими трудностями, поскольку данное понятие является устоявшимся и отвечает методологическим требованиям анализа таких наук, как социология, экономика, политология. В социальной психологии данное явление рассматривается на индивидуальном уровне, и исследователи пытаются найти подходящий термин для него. Чаще всего используется термин «социальный капитал на индивидуальном уровне» (Beilmann, Realo, 2012). Такое понятие является нечетким, поскольку социальный капитал всегда подразумевает либо наличие группы, а это уже не индивидуальный уровень анализа, либо наличие персональной сети связей, а это уже индивидуальный социальный капитал. Используя термин «социальный капитал на индивидуальном уровне», социальные психологи пытаются как бы «заполучить методологическое разрешение» на изучение предмета исследования другой науки. При этом подчеркивается, что это все же социальный капитал, но в то же время это и не индивидуальный социальный капитал. Таким образом, у социального капитала пропадает субъект, носитель. Нельзя сказать, что субъектом социального капитала на индивидуальном уровне является группа, в то же время это и не социальный капитал индивида. С моей точки зрения это противоречие позволяет решить введение понятия «социально-психологический капитал личности», подчеркивающие и раскрывающее наиболее важные аспекты данного явления. Какие именно эти аспекты далее в работе обсуждается.

Вторая причина. Понятие социально-психологического капитала, как и понятие социального капитала, является «зонтичным» (Нестик, 2009), т.е. объединяет в себе ряд близких социально-психологических характеристик личности, лежащих в основе групповой интеграции и сплоченности. Для социальной психологии такое интегральное понятие является необходимым, поскольку отдельные социально-психологические характеристики личности, такие, как различные виды доверия личности, толерантность к культурному многообразию, социальная идентичность, и

т.д. затрагивают только отдельные из отношенческих характеристик личности, лежащих в основе групповой интеграции. Данное понятие позволяет системно объединить разнопорядковые социально-психологические и отношенческие характеристики личности, которые способствуют групповой интеграции и повышению благополучия личности в группе, так и группы в целом.

Операционализация понятия «социально-психологический капитал личности»

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. Джонсон, Т. Шульц обосновали необходимость включения в категориальный аппарат экономической теории термина «человеческий капитал» (Коньков, 2006). В экономической теории под человеческим капиталом понимается запас знаний, навыков и способностей, которые есть у каждого человека и которые могут использоваться им в производственных целях (Капелюшников, Лукьянова 2010).

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).

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 субъектов (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» (Градосельская, 2004). 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 социетальном 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. 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).

Социально-психологический капитал личности - это ресурс позитивного психологического отношения, личности к группе и ближайшему окружению, выражающийся в доверии, толерантности, выраженной групповой идентичности и готовности личности к соблюдению определенных групповых норм. Благодаря этому ресурсу отношения личность создает позитивный социально-психологический климат в группе. Именно этот ресурс отношений является психологической основой для формирования социального капитала группы. Понятия «социальный капитал» и социально-психологический климат довольно близки по своему содержанию.

Личность может вкладывать свой социально-психологический капитал в различные виды групп. Нас, прежде всего, интересует социально-психологический капитал личности в поликультурном обществе – его структура, особенности формирования.

При разработке концепции социально-психологического капитала поликультурного общества, я использую понятие «капитал» в психологическом контексте. В социальной психологии существует практика заимствования понятий и их успешного использования. В частности, из метеорологии К.К. Платоновым были заимствованы понятия климата и атмосферы (Платонов, Казаков, 1979). В настоящее время понятия «психологическая атмосфера» или «психологический климат» применительно к коллективу, а иногда и к обществу, прочно вошли в научный оборот. С точки зрения автора, такой подход является довольно продуктивным. Понятие «социально-психологический капитал» способно логически объединить круг разноплановых социально-психологических явлений, способствующих интеграции и развитию общества. При этом базисным является понятие «капитал», которое обозначает просто набор ресурсов, которые могут быть использованы. Далее каждая наука уже может выделять внутри себя тот набор ресурсов, которые могут считаться капиталом.

Таким образом, мы будем обозначать *отношения личности*, которые формируют социальный капитал группы (любого размера, в.ч. и большой социальной группы), термином «социально-психологический капитал личности» (СПКЛ). Дополнительное обозначение «психологический» необходимо, поскольку анализируются не социальные отношения, не социальный ресурс, а именно психологическое отношение. Социально-психологический капитал личности это ресурс позитивного отношения личности к группе и ее представителям, который служит основой формирования социального капитала группы. Соответственно структурные элементы социально-психологического капитала личности в группе должны соответствовать структурным элементам социального капитала группы. Важно заметить, что социально-психологический капитал личности является основой создания группового социального капитала, а не индивидуального. В

основе индивидуального социального капитала лежат индивидуально-психологические характеристики личности.

Важно принимать во внимание, что группа тоже может оказывать влияние на социально-психологический капитал личности, накладывая на нее определенные ограничения, например, если человек попадает в группу, в которой царит недоверие или лидеры группы начинают эксплуатировать его групповую приверженность. В этом случае, если социально-психологический капитал как ресурс личности невелик, то индивид изменит свое поведение. Если это ресурс достаточно велик, то индивид сохранит свое поведение и это, во-первых, изменит его положение в группе – ему начнут доверять более, чем другим и руководство будет его ценить более, чем других сотрудников, обладающих теми же профессиональными качествами. Во-вторых, возможно и социально-психологический климат постепенно вокруг человека с высоким социально- психологическим капиталом тоже начнет меняться. Однако, для проверки такого предположения необходимы лонгитюдные исследования в естественных условиях.

На первый взгляд может показаться, что социально-психологический капитал это не ресурс личности, а ресурс группы, т.к. личность не может использовать его на себя непосредственно, а только внутри группы. Однако, это не так. Это ресурс личности, прежде всего, т.к. только личность им может распоряжаться. Здесь в качестве аналогии можно привести материнский капитал. Мать не может потратить его на себя непосредственно, а только на развитие и улучшение жилищных условий ребенка. Возникает ощущение, что это капитал ребенка, поскольку именно он является выгодоприобретателем данного ресурса. Но ведь распоряжается им только мать и, используя его на ребенка, она также получает отдачу от этого ресурса в виде сэкономленных собственных финансовых средств и времени.

Социально-психологический капитал личности - это ресурс отношения личности, который она использует не для себя непосредственно, а для создания благоприятных отношений внутри группы и тем самым, косвенно получает отдачу от него в виде благоприятного психологического климата, в котором она может с большей легкостью достигать своих целей. Разумеется, это не просто позитивное отношение, а это, прежде всего, вытекающие из него *усилия* по налаживанию

отношений внутри группы и *временные затраты* на это. Усилия и временные затраты являются явно осознаваемыми ресурсами для индивида, которые ограничены и с которыми индивид не склонен легко расставаться. С моей точки зрения, социально-психологический капитал является капиталом также и потому что он детерминирует экономические представления и экономическое поведение личности, поскольку личность, вкладываясь в построение отношений сама и оценивая отношения других, решает, как ей себя вести в данной группе. Именно социально-психологический капитал личности, как отдаваемый, как вкладываемый ресурс личности, служит связующим звеном между социальными процессами (в том числе и миграционными), отношением к ним со стороны личности и экономическим поведением личности. В этнически гетерогенных группах, в силу ряда объективных причин, налаживать отношения сложнее и личность вынуждена решать для себя вопрос - вкладываться ли ей в построение отношений в этнически гетерогенной группе или нет? Разумеется, личность стремится использовать свой социально-психологический капитал как ресурс в тех группах, в которых она более очевидно получит отдачу. Тогда каким может для нее быть смысл преодолевать трудности непонимания и столкновения различных систем ценностей? Какие плюсы несет этническая гетерогенность или поликультурность? Анализ проблемы влияния поликультурности (или этнической гетерогенности) большой социальной группы на экономико-психологические характеристики личности в группе с точки зрения ресурсного подхода в психологии ставит перед исследователем ряд новых, довольно неожиданных вопросов.

Понимание природы социально-психологического капитала личности лежит в русле ресурсного подхода в психологии. Однако социально-психологический капитал – это необычный ресурс, имеющий несколько парадоксальную природу. Парадоксальность его природы заключается в том, что он принадлежит личности, но фактически используется группой, личность получает отдачу от него косвенно.

Ресурсный подход и психология отношений как теоретико-методологические основания анализа социально-психологического капитала

Социально-психологический капитал можно рассматривать как ресурс личности. Ресурсный подход в психологии имеет довольно продолжительную историю существования. (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). Социально-психологический капитал личности является ее ресурсом, благодаря которому она может изменять психологическую атмосферу в группе. Если данный ресурс низок, то поведение личности становится таким же, как у остальных членов группы. Если ресурс высокий, то паттерны доверительного поведения остаются неизменными, что способно изменить психологическую атмосферу в группе и в конечном итоге сделать пребывание личности в ней более комфортным.

Как уже отмечалось, содержательно социально-психологический капитал личности представляет собой **определенные виды психологических отношений** к окружению, членам группы и группе в целом. Психология отношений развивалась многими отечественными исследователями (Мясищев, 2011; Обозов, 1979; Шихирев, 1992; Бодалев 1996; Позняков, 2000; Сушков, 2008; Купрейченко, 2001). «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 способствуют 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.

Структура социально-психологического капитала личности в поликультурном обществе

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.

Таблица 1 – Параметры социального капитала и их соотношение с параметрами социально-психологического капитала личности

Показатели социального капитала	Соответствующие показатели социально-психологического капитала личности в поликультурном обществе
Вовлеченность в сообщество, в общественную деятельность (например, подписание петиций) членство в различных организациях (Putnam & Feldstain, 2003; Onyx & Bullen, 2000; Goldfinger & Ferguson, 2009).	<i>Гражданская идентичность (позитивность, выраженность)</i>

Участие в волонтерской деятельности (Lillbacka, 2006; Inglehart, 1999; Goldfinger & Ferguson, 2009; Carpenter, Daniere, Takahashi, 2003).	
Соблюдение базовых социальных норм отношений в сообществе (Putnam, 2001; Nahapiet & Ghoshal, 1998).	<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; Veenstra, 2002; Lillbacka, 2006; Carpenter & Daniere, Takahashi, 2003; Goldfinger & Ferguson, 2009; Nahapiet & Ghoshal, 1998).	<i>Доверие:</i> <i>- межличностное доверие;</i> <i>- социальное доверие и доверие к представителями иных этнических групп;</i> <i>- институциональное доверие.</i>
Социальные сети, индивидуальный социальный капитал (кол-во людей, к которым человек может обратиться за помощью) (Градосельская, 2004; 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 (Nahapiet, Ghoshal, 1998). При рассмотрении социального капитал на мезоуровне (например, в организациях), организационная идентичность включается в структуру социального капитала организаций (Shockley-Zalabak, Kathleen & Gaynelle, 2000). По свидетельству Г.

Градосельской, социальная идентичность, как компонент социального капитала фактически без использования данного термина упоминалась К. Марксом в процессе анализа классов. Рабочие учатся идентифицировать себя с другими и поддерживать их действия. Так возникает «класс-для-себя». Эта новая солидарность не является результатом интроекции социальных норм в детстве. Поэтому альтруистическая установка акторов не универсальна, она ограничена пределами их сообществ (Градосельская, 2004). 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.

Экономисты полагают, что доверие способствует минимизации транзакционных издержек. В психологии доверие достаточно хорошо изучено (Шихирев, 1998; Купрейченко, 2008; Скрипкина, 2001; Нестик, Изюмова, 2005; Lewicki, Bunker, 1995), и показано, что оно оказывает влияние на все стороны социальных и межличностных отношений. В работах А.Б. Купрейченко показано, что доверие является главным компонентом психологической дистанции, выстраиваемой между людьми, а психологическая дистанция отражает единство ценностей людей, которое в свою очередь, является одним из индикаторов социального капитала поликультурного общества.

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. В частности, это было показано в исследовании Temple (1998) в 23 Африканских странах в период с 1965 по 1990 год. В данном исследовании, посвященном изучению связи социального капитала и роста ВВП, этническое разнообразие также выступало в качестве одной из независимых переменных. В большинстве случаев оно оказалось позитивно и значимо связано с ростом ВВП (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.

Социально-психологический капитал и развитие поликультурного общества

Итак, социально-психологический капитал - это ресурс отношений, который используется для формирования социального капитала, создающего благоприятную *среду* для интеграции и развития общества, а также благополучия и здоровья граждан. Отсюда вытекают три основных вопроса, составляющих проблему исследования.

- 1) Каковы межэтнические различия в социально-психологическом капитале этнических групп поликультурного общества, т.е. насколько отличается «вклад» со стороны различных этнических групп в социальный капитал всего общества?
- 2) Какие психологические факторы могут оказывать влияние на социально-психологический капитал, способствовать или препятствовать его развитию?
- 3) Если социальный капитал связан с экономикой, то связан ли социально-психологический капитал с экономическим поведением?

1. Культура и социально-психологический капитал

Большинство обществ в настоящее время являются поликультурными. Россия является поликультурным государством исторически, к тому же она устойчиво занимает второе место после США по количеству ежегодно приезжающих инокультурных мигрантов. Психологические отношения, формирующие социальный капитал в таком этнически гетерогенном обществе, должны с неизбежностью характеризоваться особой спецификой. Культура, выражающаяся в ценностях, религии, культурных верованиях не может не влиять на отношения людей. Соответственно в этнически гетерогенном обществе должно быть что-то особенное, чтобы накапливался ресурс отношений, из которых складывается

социально-психологический капитал, на основе которого затем формируется капитал социальный. О связи социального капитала и культуры высказывались многие классики изучения социального капитала.

В частности, Р. Патнем высказывал идею, что социальный капитал является исторически и культурно-обусловленным (приводится по: Степаненко, 2004, с. 33). Ф.Фукуяма в своей книге «Доверие» высказывал тезис, заключающийся в том, что социальный капитал, важный для здоровья и экономики, имеет культурные корни. Определяя культуру, как «унаследованную этическую привычку», Фукуяма считал этические коды, посредством которых общество регулирует поведение людей, наиболее важной частью культуры (цит. по Бусова, 1999 с.144). Ф. Фукуяма в своих работах подчеркивает, что культура и социальный капитал оказывают значительное влияние на хозяйственную жизнь общества. Доверие способствует значительному снижению издержек организаций за счет сокращения юридических формальностей и бюрократической работы. Культурные факторы играют структурообразующую роль в экономике. В своей книге «Доверие» ученый доказывает, что особенности промышленной структуры страны: масштаб предприятий, их распределение в экономической системе и способы организации отдельных фирм обусловлены ее культурой (Фукуяма, 2006).

Кросс-культурные исследования свидетельствуют о связи социального капитала с таким измерением как индивидуализм–коллективизм. Большим социальным капиталом, как правило, обладают индивидуалистические культуры (Allik & Reallo 2004).

Р. Инглхарт рассматривал также соотношение уровня доверия с уровнем экономического развития стран и такой культурной характеристикой как конфессиональная принадлежность (Inglehart, Baker, 2000). Межличностное доверие заметно коррелирует с уровнем ВВП на душу населения ($r = 0.60$), но даже богатые католические страны стоят ниже по этой шкале, чем исторически протестантские страны, в которых приблизительно такой же уровень благосостояния. Среди рассматриваемых обществ католики располагаются примерно на той же высоте по шкале межличностного доверия, что и протестанты. Их общий исторический опыт, а не индивидуальность становится решающим.

Таким образом, поскольку социальный капитал взаимосвязан с культурой, то справедливо предположить, что и тот ресурс отношений (социально-психологический капитал), на основе которого он формируется, тоже имеет культурную специфику. Раскрыть особенность влияния культуры на социальный капитал мы сможем, если поймем особенности влияния культуры на отношения, лежащие в основе социального капитала.

2. Психологические детерминанты социально-психологического капитала

Источники детерминации социального социально-психологического капитала находятся вовне и внутри индивида. Первый, *находящийся вовне индивида* – это собственно, социальный капитал общества. Он воспримется индивидом и во многом определяет то, как индивид будет вести себя по отношению к другим. Второй, *находящийся внутри индивида* – это собственная мотивация индивида, которая формируется в процессе социализации и воспитания и выражается в основополагающих жизненных принципах – индивидуальных ценностях.

Воспринимаемый социальный капитал это отношение к обществу в целом. Отношение к обществу – очень обширный конструкт и, с авторской точки зрения, когда ведется речь о социальном капитале, наиболее релевантным будет рассмотрение, восприятие, оценка тех отношений в обществе, которые и трактуются как социальный капитал. Данный конструкт можно обозначить как «воспринимаемый социальный капитал». Его нельзя рассматривать самостоятельно, а только в связке с показателями социально-психологического капитала. Он не является рядоположенным элементом наряду с другими компонентами социально-психологического капитала, скорее он влияет на них.

Подтверждение того, 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 справедливо 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 в терминологии авторов, приписываемым (*ascribed*) доверием (Van Staveren, Knorringa, 2007; Häuberer, 2011). Эти результаты хорошо объяснимы с позиций теории социального обмена (Шихирев, 2003; 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. В частности, 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 связаны с представлениями сотрудников об успехе их фирм (Kilkenny et al., 1999). Социально-психологический капитал не может быть высоким, если воспринимаемый социальный капитал низок. Воспринимаемый социальный капитал влияет на экономические установки и представления как прямо, непосредственно, так и опосредовано - через социально-психологический капитал.

Индивидуальные ценности и социально-психологический капитал. Идеи о том, что отношения между людьми опосредованы их ценностями, содержались еще в работах В.Н. Мясищева, который писал, что «...в различных общностях и у разных людей в своем содержании совпадающие или отличающиеся друг от друга ценности, обуславливают и детерминируют иногда прямо, непосредственно, а часто

и опосредованно, отношение общности к общности, к человеку или наоборот, отношение человека к каким-либо демографическим или социальным группам людей - различающимся по возрасту, полу, служебному и общественному положению...» (цит. по: Бодалев, 1996 стр. 56).

Вопрос о сопряженности индивидуальных ценностей с социальным капиталом рассматривался преимущественно в работах зарубежных исследователей. Некоторые из авторов, затрагивавших проблематику социального капитала, рассматривали единство ценностей внутри группы или общества, в качестве одного из индикаторов социального капитала (Munene, Schwartz & Kibanja, 2005). К. Банкстон полемизируя с Дж. Коулманом, 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 позволяют преодолеть проблему т.н. «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. Её теоретическая основа состояла в использовании когнитивного элемента социального капитала. Культура и ценности вносят определенный 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 (Grey, 2008, p. 150).

Таким образом, индивидуальные ценностные ориентации в этих исследованиях, как правило, рассматриваются на групповом уровне (т.е. в агрегированном виде) и степень их согласованности внутри группы рассматривается в качестве одного из источников ее социального капитала. С одной стороны эти верно, однако следует внести важное уточнение в такую позицию. Ценности имеют разную модальность влияния на поведения человека, существуют и такие виды ценностей, которые заставляют конкурировать или приводят к противостоянию различных групп. В частности, существуют работы, показывающие, что быстрое распространение материалистических ценностных ориентаций, которое наблюдалось среди американской молодежи в 1970-х и 1980-х годах, 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 (Schwarz, 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 Шварцем, могут способствовать укреплению позитивных отношений и формированию социально-психологического капитала, например, ценности Власти, Традиции, Самостоятельности скорее будут разъединять, чем объединять.

3. Социально-психологический капитал как фактор экономических установок, поведения и социально-экономических представлений личности

Финальный вопрос исследования – это вопрос о психологических механизмах функционирования социально-психологического капитала. Автор предполагает, что социально-психологический капитал не только способствует формированию социального капитала, создающего среду для продуктивного экономического поведения, но и непосредственно влияет на социально-психологические явления, регулирующие социальное поведение индивида – на представления и установки. В контексте данной работы речь идет об экономическом поведении и социально-экономических установках и представлениях. Данное предположение обосновывается тем, что существует довольно сильная сопряженность социального капитала (который является следствием наличия ресурса отношений – социального-психологического капитала) с социально-экономическим развитием. В настоящее время существует целое направление исследований, в которых показана связь социального капитала с различными показателями экономического роста на различных уровнях социальных общностей - от стран и регионов до организаций. Результаты исследований довольно согласованы и демонстрируют универсальность и стабильность во времени феномена позитивной связи различных показателей социального капитала с различными индикаторами, характеризующими экономический рост и развитие.

Поскольку одним из ведущих показателей социального капитала является доверие, то достаточно много исследований посвящено изучению связи доверия с различными индикаторами экономического роста. Одним из наиболее цитируемых является исследование Нака и Кифера (Knack, Keefer, 1997), продемонстрировавших связь межличностного доверия (источник - WVS) с ростом ВВП в 29 странах с 1980 по 1992 годы. Помимо доверия, с уровнем дохода, инвестированием и уровнем ВВП позитивно связано членство в различных ассоциациях, которое также является одним из индикаторов социального капитала (Knack, 2003). Включенность человека в различные группы позитивно связана с уровнем общего и частного инвестирования в странах ОЭСР (OECD) (Coates & Neckelman, 2003). Понятно, что инвестиции будут расти, если они возвращаются,

следовательно, можно предположить, что должна существовать связь социального капитала с уровнем возврата инвестиций. Такая связь действительно была обнаружена при исследовании 262 китайских фирм – рост продаж и возврат инвестиций фирм был связан с их уровнем социального капитала в отношениях с клиентами, бизнес-партнерами, правительственными органами (Lou et al. 2004). Аналогично, связь качества и количества внешних связей с уровнем возврата инвестиций выявлена в исследовании на примере 104 предприятий в Тайване (Chen et al. 2007).

Связь уровня доверия с ростом дохода и занятости была выявлена с использованием показателей по 44 штатам США в период с 1990 по 2000 года (приводится по: Westlund, Adam, 2010). Также показано, что уровень доверия влияет на инвестиционное и финансовое поведение. В частности, было показано, что в регионах Италии с высоким уровнем социального доверия пользуются в большей степени чеками, чем наличными, инвестируют в акции, имеют доступ к институциональным кредитам и в меньшей степени пользуются неформальным займом. Финансовое поведение людей, переехавших из одного региона в другой, в большей степени определяется уровнем доверия в среде, куда они переехали, а не того, откуда они родом (Nealy et al. 2001). Доверие связано с тем, что люди начинают более активно пользоваться кредитами (Knack & Keefer, 1997). Социальный капитал связан и со сберегающим поведением. Было показано, что он оказывает влияние на сберегающее поведение у подростков (Ssewamala et al. 2010). В исследовании, посвященном изучению предсказательной способности теории социального капитала по отношению к покупательскому поведению, было показано, что данная теория позволяет предсказать покупательское поведение (Miller, 2001). В данном случае играет роль то, что люди принадлежат к одной общности, т.е. наличие у них единой социальной идентичности, которая рождает отношения взаимности. В исследовании выявлено, что взаимность является медиатором между принадлежностью к общности и покупательским поведением (Miller, 2011, p. 487).

Таким образом, существует достаточно широкий спектр эмпирических исследований, убедительно показывающих, что социальный капитал сопряжен с продуктивным экономическим поведением. Но социальный капитал – это среда для

реализации продуктивного экономического поведения. Под действием чего оно может формироваться? Автор предполагает, что тот же самый ресурс отношений (социально-психологический капитал), на основе которого формируется социальный капитал, способствует и формированию продуктивных экономических установок и представлений у людей. То есть, люди, вкладывая свой ресурс отношений в социальный капитал общности, т.е. формируя благоприятную для социально-экономического развития среду, корректируют свое экономическое поведение на основе: а) размера того ресурса, который они вложили; б) восприятия и оценки среды (воспринимаемый социальный капитал). Таким образом, должна существовать связь между размером социально-психологического капитала индивида, который он вкладывает в социальную общность (в нашем случае это поликультурное общество) и его социально-экономическими установками и представлениями, которые регулируют экономическое поведение.

Выводы

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.

В заключение сформулируем основные теоретические положения, разработанные автором в результате анализа проблематики.

- 1) Социально-психологический капитал - это ресурс позитивного психологического отношения, личности к группе и ближайшему окружению, выражающийся в доверии, толерантности, выраженной групповой идентичности и готовности личности к соблюдению определенных групповых норм. Благодаря этому ресурсу отношения личность создает позитивный психологический климат в группе. Именно этот ресурс отношений является психологической основой для формирования социального капитала группы.

- 2) Социально-психологический капитал поликультурного общества включает в себя такие компоненты, как: доверие (межличностное, социальное, институциональное), гражданскую идентичность личности (такие ее характеристики, как выраженность и позитивность) и толерантность к культурному и этническому разнообразию.
- 3) Основными детерминантами социально-психологического капитала являются две группы факторов, источники которых лежат внутри и вне индивида. Внутренний фактор – это индивидуальные ценности, формирующиеся в процессе воспитания и социализации. Внешний фактор – это воспринимаемый социальный капитал, на основе которого индивид принимает решение о размере вложения собственного ресурса отношений в интеграцию и развитие социальной общности.
- 4) Помимо ценностей и воспринимаемого социального капитала, важной детерминантой социально-психологического капитала является этническая культура. Поэтому в поликультурном обществе существуют различия в выраженности различных компонентов социально-психологического капитала у представителей разных этнических групп.
- 5) Социально-психологический капитал осуществляет регулятивную функцию по отношению к психологическим явлениям, регулирующим поведение индивида – представлениям и установкам. Т.е. существует связь между компонентами социально-психологического капитала, социально-экономическими установками и представлениями. При этом, у различных этнических групп поликультурного общества, характер данной связи может быть различным.

Список использованных источников

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. Бусова Н.А. Культурные корни социального капитала // Социологические исследования. 1999. № 8. С. 144-148.
4. Градосельская Г.В. Сетевые измерения в социологии: Учебное пособие. М., 2004.
5. Канеман Д. Внимание и усилие / пер. с англ. И. С. Уточкина. — М.: Смысл, 2006.
6. Капелюшников Р.И. Лукьянова А.Л. Трансформация человеческого капитала в российском обществе. М., 2010.
7. Коньков А.Т. Социальный капитал как концепция экономической социологии и его роль в системе экономического взаимодействия. Автореф. дисс. ... докт. экономич. наук. М., 2006.
8. Коулмен Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. № 3. С. 122–139.
9. Купрейченко А.Б. Отношение личности к соблюдению нравственных норм в зависимости от психологической дистанции (у предпринимателей и менеджеров): Дис. ...канд психол. наук М., 2001.
10. Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
11. Маклаков А.Г. Личностный адаптационный потенциал: его мобилизация и прогнозирование в экстремальных условиях. // Психологический журнал. – 2001. – Т.22. - №1. – С. 16-24.
12. Маршалл А. Принципы экономической науки. В 3-х томах. Т. 1. М., 1993.
13. Мясищев В.Н. Психология отношений / сост В.А. Журавель; вст. ст. и ред. А.А. Бодалева. М.: МПСИ, Воронеж, МДЭК, 2011.
14. Обозов Н.Н. Межличностные отношения. Л.: Изд-во ЛГУ, 1979.

15. Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии / Пер. с англ. А.М. Захарова. М., 1996.
16. Платонов К.К., Казаков В.Г., Развитие системы понятий теории психологического климата в советской психологии // Социально-психологический климат коллектива / Под ред. Е.В. Шороховой и О.И. Зотовой, - М., 1979.
17. Скрипкина Т.П. Психология доверия: Учебное пособие. М., 2001.
18. Степаненко В.П. Социальный капитал в социологической перспективе: теоретико-методологические аспекты исследования // Социология: теория, методы, маркетинг. 2004. №. 2. Р. 24-41
19. Сушков И.Р. Психологические отношения человека в социальной системе. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
20. Ухтомский А. А. Доминанта. — СПб.: Питер, 2002.
21. Фукуяма Ф. Доверие. М.: Изд-во «Хранитель», 2006.
22. Шихирев П.Н. Взаимное доверие как основа деловой этики // Доверие – ключ к успеху экономических реформ М., 1998. С. 108-120.
23. Шихирев П.Н. Природа социального капитала: социально-психологический подход / Общественные науки и современность, №2, 2003, стр. 17-32.
24. Шихирев П.Н. Проблемы исследования межгрупповых отношений // Психологический журнал. 1992. Т. 13 №1, С. 15-23.
25. Allik, J., Reallo, A. Individualism-Collectivism and Social Capital. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2004. 35(1). 29–49.
26. Bankston, C. Social Capital, Cultural Values, Immigration, and Academic Achievement: The Host Country Context and Contradictory Consequences. *Sociology Of Education*, 77 (2004), pp. 176-179.
27. Beilmann, M. & Realo A. (2012). Individualism-collectivism and social capital at the individual level. *TRAMES*, 16(66/61), 3, 205-217.
28. 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.
29. Carpenter J. P., A. G. Danieri, L. M. Takahashi. Comparing Measures of Social Capital Using Data From Southeast Asian Slums. 2003. P. 14-16, P.32, P. 47-49.

30. Chen, C., Tzeng, L., Ou, W. & Chang, K. (2007) The relationship among social capital, entrepreneurial orientation, organizational resources, and entrepreneurial performance for new ventures, *Contemporary Management Research*, 3(3), pp. 213-232.
31. Coates, D. & Heckelman, J. (2003). Interest groups and investment: a further test of the Olson hypothesis. *Public Choice*, 117, 333-340.
32. 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.
33. Fukuyama F. *Trust: The social Virtues and the Creation Prosperity*. N Y: Free Press, 1999.
34. Goldfinger J., Ferguson M. Social Capital and Governmental Performance in Large American Cities. *State & Local Government Review*, 2009. 41. 1. 28-29
35. Grey, S. Social Capital Formation: A Case Study of the Jamaican Values and Attitudes Campaign. *Social And Economic Studies*, 57 (2008), pp. 149-170.
36. Gupta, A. Mobilizing grassroots' technological innovations and traditional knowledge, values and institutions: articulating social and ethical capital. *Futures*, 2003. 35, pp. 975-987.
37. Häuberer J. *Social Capital Theory: Towards a Methodological Foundation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2011
38. Healy, T., Côté, S., Helliwell, J. & S Field, S. (2001). *The Well-Being of Nations: The Role of Human and Social Capital*. Paris: Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD).
39. Helliwell, J., Putnam, R. Economic growth and social capital in Italy. *Eastern Economic journal*, 1995. 221, 295-307.
40. Inglehart R. Trust, well-being and democracy // *Democracy and Trust* / Ed. M. Warren. New York, Cambridge, 1999. P. 88–120.
41. Inglehart, R., Baker, W. Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values / *American Sociological Review*, 2000, Vol. 65 (February: 19-51). P. 19-50

42. Kilkenny M., Nalbarte L., Besser T. Reciprocated community support and small town—small business success // *Entrepreneurship and Regional Development*, 1999. 11. 231-246.
43. Knack, S. & Keefer, P. (1997). Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation. *Quarterly Journal of Economics*, 112 (4), 1251-1288.
44. Knack, S. (2003). Groups, growth and trust: cross-country evidence on the Olson and Putnam hypothesis. *Public Choice*, 117, 341-355.
45. 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.
46. Lehis, E. Social capital in flux: Finding a job after conflict induced displacement. p. 54-55. Josef Korbel School of International Studies, ProQuest, 2008.
47. Lewicki R.J., Bunker B.B. Trust in relationships: A model of trust development and decline // *Conflict, cooperation and justice* / Eds. B.B. Bunker, J.Z. Rubin. San Francisco, CA, 1995.
48. 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
49. Lou, X., Griffith, D. A., Liu, S. S. & Shi, Y. (2004) The effects of customer relationships and social capital on firm performance: A Chinese business illustration, *Journal of International Marketing*, 14(4), pp. 25-45
50. Miller, N. (2001). Contributions of social capital theory in predicting rural community inshopping behavior. *Journal of Socio-Economics*, 30, 475-493.
51. Munene, J.C., Schwartz, S.H., Kibanja. Escaping from Behavioral Poverty in Uganda. The role of Culture and Social Capital. Kampala: Fountain, 2005.
52. Nahapiet J., Ghoshal S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage // *Academy of Management Review*, 1998. 23(2). 242–266.
53. Onyx, J. and Bullen, P. Measuring Social Capital in Five Communities in NSW: An analysis, Centre for Community Organizations and Management. Working Paper Series. University of Technology, Sydney. 1997. 41.

54. 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.
55. Portes A. *Social Capital: Its Origins and Application in Modern Sociology* // *Annual Review of Sociology*. 1998. 24. P. 1–24.
56. Putnam R. Social capital measurement and consequences. // *Canadian Journal of Policy Research*. 2001. V. 2. № 1.P. 41-51.
57. Putnam, R., Feldstain, L. *Better Together: Restoring the American Community*. New York: Simon and Schuster, 2003.
58. Rahn, W. Social Trust and Value Change: The Decline of Social Capital in American Youth, 1976 - 1995. *Political Psychology*, 1998. 19. p. 545-565.
59. 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.
60. Schiff M. Social capital, labor mobility and welfare // *Ration Soc*, 1992. Vol. 4. P. 157-175.
61. Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65.
62. Shockley-Zalabak, P., Kathleen K. & Gaynelle, W. (2000). Organizational trust: What it means, why it matters. *Organization Development Journal*, 18(4), 35-48.
63. Ssewamala, F., Karimli, L., Chang-Keun, H. & Ismayilova, L. (2010). Social Capital, Savings, and Educational Outcomes of Orphaned Adolescents in sub-Saharan Africa. *Children and Youth Services Review*, 32 (12), 1704-1710.
64. Svendsen, G. (Ed.). *Handbook of social capital. The Troika of Sociology, Political Science and Economics*. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2010.
65. Temple, J (1998) Initial conditions, social capital and growth in Africa, *Journal of African Economies*, 7(3), pp. 309-347.
66. Van Staveren, I., Knorringa, P. Unpacking Social Capital in Economic Development: How Social Relations Matter. In: *Review of Social Economy*, 2007. LXV(1). 107-135.

67. Westlund, H., Adam, F. (2010). Social Capital and Economic Performance: A Meta-analysis of 65 Studies *European Planning Studies*: 18(6), 893-919
68. 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.