НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»

Доверие и недоверие

в условиях развития гражданского общества

Монография

Москва
2013

УДК 159.9+316
ББК 60.5+65+88
Д58

Авторский коллектив:

А.Ю. Акимова (гл. 17), Н.А. Амерханова (гл. 15), И.В. Антоненко (гл. 4), А.В. Белянин (гл. 3), Н.Ю. Богатов (гл. 15), Ю.В. Веселов (гл. 9), О.В. Гордякова (гл. 18), Д.М. Данкин (гл. 5), А.Л. Журавлев (гл. 10), В.П. Зинченко (гл. 3), А.Б. Купрейченко (Введение, гл. 1, 2, 16), А.Н. Лебедев (гл. 18), И.В. Мерсиянова (Введение, гл. 1, 6, 7, 8), Т.А. Нестик (гл. 13), А.А. Обознов (гл. 17), О.И. Патоша (гл. 12), Е.И. Пахомова (гл. 8), В.П. Позняков (гл. 11), М.А. Сашина (гл. 12), М.В. Снеговая (гл. 14), И.А. Соломаха (гл. 13), В.А. Сумарокова (гл. 10), С.П. Табхарова (гл. 2), А.Н. Татарко (гл. 14, 15), Е.В. Шляховая (гл. 19), В.Н. Якимец (гл. 8)

Д58 **Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества** / отв. ред. А.Б. Купрейченко, И.В. Мерсияновой.— М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2013. —564 с. — ISBN 978-5-7598-1140-4.

Коллективная монография посвящена актуальным проблемам исследования регуляторной роли доверия и недоверия в общественной жизни, которые впервые рассматриваются как факторы формирования гражданского общества. В книге представлен анализ теоретических и методологических проблем исследования доверия и недоверия, изложены результаты исследований роли доверия в жизни гражданского общества, в частности особенностей культуры доверия этого общества. В отдельных разделах доверие рассматривается как фактор экономического развития и как основа социального капитала. Заключительный раздел посвящен такому новому направлению исследований, как доверие и недоверие социотехническим системам, СМИ и рекламе.

Монография представляет интерес для специалистов в области социологии, экономики, психологии и в целом для широкого круга исследователей гуманитарных отраслей знания, в частности, философов, культурологов, политологов. В ней содержится также много теоретических, методических и практических разработок, которые могут позволить прогнозировать будущие изменения доверия и недоверия в социуме и в конечном итоге сделать процесс формирования культуры доверия в гражданском обществе поддающимся воздействию, т.е. управляемым.

УДК 159.9+316
ББК 60.5+65+88

Издание осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ

ISBN 978-5-7598-1140-4

© НИУ ВШЭ, 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

Культура доверия и недоверия в гражданском обществе
Купрейченко А.Б., Мерсиянова И.В. 5

Раздел I. Теоретические и методологические проблемы исследования доверия и недоверия 25

Глава 1. Проблема оценки уровня и содержания социального доверия
Купрейченко А.Б., Мерсиянова И.В. 26
Глава 2. Доверие и недоверие: содержание, соотношение, направленность
Купрейченко А.Б., Табхарова С.П. 58
Глава 3. Доверие к себе в межличностном взаимодействии: внутренний конфликт и функциональное действие с точки зрения теории игр
Белянин А.В., Зинченко В.П......90
Глава 4. Социально-психологическое содержание доверия
Антоненко И.В. 111
Глава 5. Доверие в пространстве и во времени как фактор стабильности общества
Данкин Д.М. 136

Раздел II. Роль доверия в жизни гражданского общества.....169

Глава 6. Доверие и недоверие в гражданском обществе
Мерсиянова И.В. 170
Глава 7. Организации гражданского общества: доверие к ним населения и открытость деятельности
Мерсиянова И.В. 198
Глава 8. Доверие граждан к деятельности государственных служащих как фактор диалога гражданского общества и государства
Мерсиянова И.В., Якимец В.Н., Пахомова Е.И. 233

Раздел III. Доверие как фактор экономического развития..... 262

Глава 9. Институциональное и сетевое доверие как экономические категории
Веселов Ю.В. 263

Глава 10. Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные и половые различия
Журавлев А.Л., Сумарокова В.А. 290
Глава 11. Динамика доверия российских предпринимателей к различным организациям
Позняков В.П. 305
Глава 12. Доверие как фактор потребительского поведения на рынке медицинских услуг
Патоша О.И., Сашина М.А. 332

Раздел IV. Доверие как основа социального капитала 347

Глава 13. Персональный социальный капитал, доверие и социально-психологические характеристики личности
Нестик Т.А., Соломаха И.А. 348
Глава 14. Модели экономического поведения и социальный капитал русских и представителей народов Кавказа
Татарко А.Н., Снеговая М.В. 376
Глава 15. Социально-психологический капитал как фактор предпринимательского поведения
Татарко А.Н., Амерханова Н.А., Богатов Н.Ю. 396

Раздел V. Доверие и недоверие социотехническим системам, СМИ и рекламе 424

Глава 16. Доверие и недоверие к социальным институтам и социотехническим системам: постановка проблемы и обоснование подхода к исследованию
Купрейченко А.Б. 425
Глава 17. Доверие человека к технике: теоретическая модель и апробация методики
Обознов А.А., Акимова А.Ю. 456
Глава 18. Доверие к рекламе в структуре маркетинговых коммуникаций
Лебедев А.Н., Гордякова О.В. 472
Глава 19. Социально-психологические факторы медиадоверия
Шляховая Е.В. 485

Литература 509

Указатель имен 551

Сведения об авторах 558

КУЛЬТУРА ДОВЕРИЯ И НЕДОВЕРИЯ В ГРАЖДАНСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Многие десятилетия доверие как основа существования человеческого сообщества, самоорганизации и социального партнерства, взаимопомощи и сотрудничества привлекает пристальное внимание исследователей. Изменение политического и социально-экономического устройства значительной части мира, кризисные процессы в экономике, глобализационные и антиглобализационные тенденции, а также сопровождающие их процессы взаимопроникновения и столкновения культур, потребности развития институтов гражданского общества и другие общественные процессы обусловливают высокую социальную релевантность изучения феноменов доверия и недоверия, и в частности, таких теоретико-эмпирических исследований, которым посвящена представляемая монография. До сих пор во многих сферах, особенно в экономической, политической, социальной, ощущается «дефицит доверия», сформировавшийся в российском обществе к середине 1990-х годов. Этот феномен является препятствием на пути формирования полноценного гражданского общества, при котором его институты в необходимой мере выполняли бы свои функции, обеспечивая устойчивое развитие всей общественной системы.

Исследования гражданского общества, которые на протяжении ряда лет ведутся в Центре исследований гражданского общества и некоммерческого сектора Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», показывают, что на практике в сегодняшнем российском обществе функции гражданской социализации граждан, создания общественной

сферы и формирования ее акторов, контроля над деятельностью государства и т.д. реализуются далеко не в полной мере (см., напр.: [Мерсиянова, 2009; 2011; Потенциал и пути..., 2010; Справится ли.., 2011] и др.).

Эффективное гражданское общество — это общество, где добровольные объединения людей и государство выступают партнерами, где функционирование социальных институтов есть результат взаимодействия всех заинтересованных сторон, где поддерживается социальная ответственность бизнеса и любого гражданина, где преобладает атмосфера зрелых отношений доверия, а не слепой веры или страха. В этом обществе партнерские отношения преобладают над патерналистскими, а динамичный баланс доверия / недоверия, основанный на знании и тождестве, преобладает над патриархальным, клановым, наивным и эмоциональным доверием / недоверием.

В определенном смысле можно говорить о специфической культуре доверия / недоверия, характерной для гражданского общества. Эта культура, как мы ее понимаем, представляет собой особую систему правил и норм формирования и изменения отношений доверия и недоверия, их критериев, специфических оснований и детерминант, которую можно измерять с помощью таких формально-динамических показателей, как уровень доверия и недоверия, их соотношение, стабильность, наличие противоречий и т.д. [Купрейченко, 2012]. При таком понимании *культура доверия / недоверия в гражданском обществе* подразумевает преобладание доверия, базирующегося на знании социального партнера, взаимном уважении и взаимовыгодном паритетном сотрудничестве на основе общих целей, ценностей и интересов. Наличие культуры доверия в гражданском обществе предполагает определенное сочетание доверия и недоверия, то есть динамичный баланс открытости и осторожности, осознание имеющихся противоречий целей и ценностей, а также уважение к своеобразию и специфическим особенностям партнера. Важным элементом этой культуры является распространенность в гражданском обществе институционализированных практик и норм взаимодействия, в том числе в ситуациях конфликта интересов сторон.

В связи с этим особое значение имеет поиск социокультурных детерминант доверия и недоверия, изучение доверия и недо-

верия в больших социальных группах и динамики их соотношения, а также углубленный психологический анализ природы этих феноменов [Журавлев, 2008]. Настоящий коллективный научный труд посвящен в первую очередь названным выше, а также другим актуальным исследовательским проблемам. В частности, анализу формирования и детерминации доверия и недоверия, а также их регуляторной роли в общественной жизни. Представленные в этом издании работы ученых разных научных дисциплин вносят весомый теоретический вклад в изучение доверия и недоверия, кроме того, в ряде работ намечены новые научные и научно-практические направления исследования. Особо следует отметить, что в монографии представлен широкий спектр авторских подходов к оценке различных видов и форм доверия, а также конкретного методического инструментария.

Авторский коллектив монографии представляет ведущие научные центры РФ. Исходя из процентного соотношения написанных глав, наибольший вклад внесен исследователями НИУ «Высшая школа экономики»: В.П. Зинченко (академик РАО, д.пс.н.), А.В. Белянин (PhD Economics), А.Б. Купрейченко (д.пс.н.), И.В. Мерсиянова (к.социол.н.), О.И. Патоша (к.пс.н.), А.Н. Татарко (к.пс.н.) и другими авторами. Представительным является авторский коллектив Института психологии РАН, включая его директора А.Л. Журавлева (чл.-корр. РАН, д.пс.н.), а также В.П. Познякова (д.пс.н.), А.А. Обознова (д.пс.н.) и других. Ряд крупных научных центров представлен работами одного или двух авторов. Так, Институт проблем передачи информации РАН представляет В.Н. Якимец (д.социол.н.), МГУ им. М.В. Ломоносова — Т.А. Нестик (к.филос.н.), Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации — А.Н. Лебедев (д.пс.н.), Московский государственный университет дизайна и технологии — И.В. Антоненко (д.пс.н.), Российский государственный торгово-экономический университет — Н.А. Журавлева (к.пс.н.) и В.А. Сумарокова (к.пс.н.). Многие из авторов представляют одновременно несколько перечисленных выше организаций, а также новые формирующиеся центры вузовской науки, в частности, Московский гуманитарный университет, Институт мировой экономики и информатизации, Московский институт психоанализа и др.

Важным итогом сотрудничества такого представительного авторского коллектива является, на наш взгляд, междисциплинарный характер монографии. В ней объединены и интегрированы (так как во многом перекликаются и дополняют друг друга) исследования, выполненные в области политологии, социологии, экономики, философии, культурологии, социальной и экономической психологии, психологии труда и инженерной психологии. Таким образом, представляемый труд стал подтверждением тенденции междисциплинарного исследования доверия и недоверия, которая появилась на рубеже XX и XXI вв. в мировой и отечественной науке. Для организаторов данного проекта было принципиально важно, чтобы в нем участвовали практически все крупные отечественные авторы, изучающие проблемы доверия в последние десятилетия. Так, заметные диссертационные и монографические исследования в области политологии, психологии, экономики и других отраслей по этой проблематике выполнены авторами отдельных глав нашего коллективного труда. В их ряду: И.В. Антоненко, А.В. Белянин, Д.М. Данкин, Л.А. Журавлева, В.П. Зинченко, А.Б. Купрейченко, С.П. Табхарова, Е.В. Шляховая и др.

Научное и практическое значение монографии может быть продемонстрировано в ходе анализа ее содержания, описание которого читатель найдет ниже. Значительный объем новых данных, накопленный в ходе многочисленных исследований, заставили ученых вновь обратить внимание на саму основу феноменов доверия и недоверия, пересмотреть их структурные и динамические модели, вернуться к анализу различных их видов. Этим проблемам посвящен *первый раздел «Теоретические и методологические проблемы исследования доверия и недоверия»*.

Первая глава раздела «Проблема оценки уровня и содержания социального доверия» (*А.Б. Купрейченко, И.В. Мерсиянова*) посвящена обсуждению этой фундаментальной проблемы. В последнее время усиливается дискуссия о том, что именно можно измерить, задавая вопрос о доверии людям вообще: «*Как Вы считаете, большинству людей можно доверять, или в отношениях с людьми следует быть осторожными?*» Одни авторы высказывают предположение, что с помощью ответов на этот вопрос измеряется доверие на микроуровне (персонифицированное,

межличностное доверие), другие считают, что вопрос в таком виде позволяет измерять доверие на макроуровне (неперсонифицированное, институциональное доверие). В нем также может проявляться базовое доверие к миру или культура доверия в обществе, которая отражает не только актуальное состояние институтов, но и коренится в менталитете различных страт и когорт общества. В главе представлен теоретический анализ различных видов доверия и их функций в обществе сегодня, а также на основании эмпирических данных выполнено сопоставление социально-демографических, экономических и психологических характеристик респондентов, склонных доверять и не доверять людям. Результаты исследования позволили авторам главы сделать заключение, что показатель доверия к людям вообще в его традиционном понимании усредняет различные виды доверия и не позволяет оценивать реальную картину состояния общества, особенно в такой большой и полиментальной стране, как Россия. В качестве выхода из положения А.Б. Купрейченко и И.В. Мерсиянова предлагают рассчитывать отдельные индексы доверия по различным наиболее типичным категориям граждан, у которых сочетание социально-демографических, экономических, региональных и личностных факторов предопределяет преобладание того или иного вида доверия / недоверия: традиционного (кланового), гуманистического, авансированного, делового и т.д.

Во второй главе «Доверие и недоверие: содержание, соотношение, направленность» (*А.Б. Купрейченко, С.П. Табхарова*) поднимается фундаментальная проблема о сущности и содержании доверия и недоверия и их соотношения. В работе представлено теоретико-эмпирическое исследование доверия и недоверия как относительно независимых феноменов: разграничены признаки и основания доверия и недоверия, определены их позитивные и негативные функции, а также рассмотрены основные условия возникновения амбивалентности, то есть одновременного существования доверия и недоверия. Эмпирическое исследование авторов главы направлено на выявление сходств и различий в критериях доверия и недоверия в деловых отношениях. Одной из его задач также выступал поиск взаимосвязи доверия и недоверия с готовностью к соблюдению нравственных норм. Соответственно, авторов также интересовал вопрос, что в большей

степени определяет эту готовность — собственное доверие или воспринимаемое субъектом доверие партнера, а также собственное или воспринимаемое недоверие (то есть направленность или вектор доверия и недоверия).

В качестве одного из условий амбивалентности доверия авторы указывают на возможность выраженности во взаимодействии различных «субличностей» партнеров. Эти результаты перекликаются с оригинальным подходом к исследованию доверия, который предложен в третьей главе «Доверие к себе в межличностном взаимодействии: внутренний конфликт и функциональное действие с точки зрения теории игр» (*А.В. Белянин, В.П. Зинченко*). Отмечая актуальность междисциплинарных исследований в общественных науках — таких как экономика и психология, авторы в русле этой тенденции рассматривают проблему измерения живого действия, которое интерпретируется и описывается с точки зрения теории игр — как игра в агентской нормальной форме. Различные функциональные органы субъекта — например, отвечающие за моторные и когнитивные функции — представляются как разные агенты одного и того же «основного» игрока, интересы которых полностью совпадают, что соответствует полному доверию этого основного игрока к своим агентам.

Предложенный авторами подход проиллюстрирован на ряде эмпирических примеров, из которых следует, в частности, что такое доверие является необходимым условием совершенного равновесия по подыграм как рационального поведения в условиях нестратегического взаимодействия (игра с природой). Напротив, стратегические оппоненты налагают дополнительные ограничения на «основного» игрока, что позволяет ослабить требования по его доверию к своим агентам, то есть допускают слабоволие, потерю контроля и проч. В работе обсуждаются также качественные интерпретации предложенных характеристик и их перспективные обобщения, что повышает как теоретическую так и практическую ценность авторской концепции.

Следующие главы первого раздела посвящены наиболее общим проблемам исследования доверия. Так, в четвертой главе «Социально-психологическое содержание доверия» (*И.В. Антоненко*) доверие рассмотрено как социально-психологическое отношение,

формирующееся в процессах совместной деятельности и актуально проявляющееся в конкретных ситуациях. К основным структурным элементам доверия относятся: субъект и объект доверия, отношение доверия, деятельностное содержание доверия, функциональный орган доверия, субъектные, объектные, средовые и ситуационные факторы доверия, ситуация доверия, социально-психологический механизм доверия, характеристики доверия как отношения, характеристики доверия как функционального органа, перцептивное, интерактивное и коммуникативное содержание доверия и социально-психологические функции доверия.

В заключительной главе первого раздела «Доверие в пространстве и во времени как фактор стабильности в обществе» (*Д.М. Данкин*) рассматривается роль доверия на новом этапе российских реформ. Сопоставляются различные подходы к изучению разновидностей доверия, таких его основных составляющих, как акторы, цель, контекст. Подчеркнуты российские особенности формирования и деградации доверия в зависимости от сдвига ценностных иерархий, разнообразия ментальностей, модернизации институтов. В качестве главных предпосылок повышения действенности доверия автор выделяет взаимность доверия, свободу выбора моделей поведения, осознание значимой цели. В главе обозначена проблема систематизации существующих, приемлемых методов управления процессами развития доверительных отношений на межличностном, групповом и социетальном уровнях. Д.М. Данкин отмечает, что руководители государства призывают поддерживать самостоятельность, самоорганизацию, добровольчество, активность общественных структур и бизнеса в региональной и муниципальной жизни. И именно доверие является важнейшим фактором результативности этой деятельности.

Наиболее полно значимость доверия в формировании и функционировании гражданского общества раскрывается во *втором разделе монографии «Роль доверия в жизни гражданского общества»*, насыщенном эмпирическими данными, полученными в ходе всероссийских опросов населения и опросов руководителей НКО. Опросы проведены Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ в сотрудничестве с ведущими социологическими центрами страны

в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ. В шестой главе «Доверие и недоверие в гражданском обществе» (*И.В. Мерсиянова*) отмечается, что гражданское общество остается категорией, в осмыслении которой пока так и не появилось необходимой теоретической ясности. Вероятно, причины неопределенности понятия «гражданское общество» кроются в многообразии позиций населения по ключевым вопросам, ответы на которые раскрывают его смысл, — о роли граждан в общественной жизни и их субъектной роли в государстве, о правах человека и обязанностях, о соотношении рынка и государства и т.д. Автор понимает под гражданским обществом сферу за пределами семьи, государства и рынка, которая создается индивидуальными и коллективными действиями, нормами, ценностями и социальными связями, и выполняет ряд специфических функций: социализирующую, мобилизационную, артикуляционную, сервисную и функцию контроля и защиты. Гражданскому обществу необходима развитая культура доверия, которая понимается не только как комплекс исторически сформированных установок, норм и ценностей, но и как активно воспроизводимая в социальных практиках гражданского общества структура отношений, которая может сознательно планироваться и регулироваться. В связи с этим большое значение имеют действия негосударственных некоммерческих организаций как акторов гражданского общества. В связи с низким уровнем межличностного доверия выстраивание горизонтальных отношений — в частности, гражданских инициатив — затруднено. Материалы всероссийских опросов населения среди прочего демонстрируют, что российскому обществу не хватает сплоченности. Тем не менее определенный потенциал развития гражданской активности есть. Больше половины россиян готовы объединяться с другими людьми для совместных действий, если их интересы совпадают в конкретном направлении.

В седьмой главе «Организации гражданского общества: доверие к ним населения и открытость деятельности» (*И.В. Мерсиянова*) проблема доверия к НКО рассматривается как локализованная на двух уровнях: доверие к сотрудникам и добровольцам НКО и доверие к организациям. В этом случае доверие обеспечивает деперсонифицированное взаимодействие в соответствии

с социальными ролями, воспроизводство социальной структуры. Более трети россиян высказались о своем доверии тем или иным НКО. Респонденты, заявившие о доверии конкретным организациям, чаще упоминали общества защиты прав потребителей, ветеранские объединения, садовые и дачные товарищества, профсоюзы и общества инвалидов. Примерно пятая часть респондентов ответила, что не доверяет никакой из организаций, а доля ответивших, что они доверяют всем, составила 5%. Результаты исследований показали, что формирование имиджа российских НКО как деятельности на принципах открытости развито недостаточно. Большинство организаций гражданского общества не стремится к демонстрации соответствия стандартам открытости. Многие организации не публикуют финансовые отчеты о своей деятельности, также в большинстве организаций отсутствуют различные документы, регулирующие поведение сотрудников, отношения с окружающей средой и т.п. Не меньшее значение в этом вопросе имеют действия существующих институтов — действия государства по созданию благоприятных условий для деятельности НКО способны стимулировать открытость НКО и открытость третьего сектора, доступность для населения информации о нем.

Восьмая глава «Доверие граждан к деятельности государственных служащих как фактор диалога гражданского общества и государства» (*И.В. Мерсиянова, В.Н. Якимец, Е.И. Пахомова*), продолжая тематику второго раздела, представляет подход к оценке уровня доверия граждан к профессиональной деятельности государственных служащих, основанный на применении комплекса индексных показателей (индекс доверия граждан к деятельности государственных служащих и многопараметрический индекс доверия). Что позволяет не только зафиксировать и оценить текущую ситуацию доверия граждан к государственным служащим, но и выработать комплекс мер по дополнению и уточнению основных направлений программы реформирования государственной службы по ее отдельным видам. Так, доверие граждан государственным служащим может возрасти, если предпринять реальные действия по запуску действенных, а не декларативных и имитационных механизмов общественного контроля, что, на взгляд авторов, может стать первым шагом по выходу из климата тотального недоверия.

В целом содержание второго раздела убедительно демонстрирует, что доверие — основа паритетных, партнерских отношений между обществом в целом и его институтами, с одной стороны, и конкретными гражданами и организациями — с другой. Это также верно и в отношении экономического аспекта жизни общества, который рассматривается в следующем разделе монографии.

Третий раздел монографии «Доверие как фактор экономического развития» посвящен анализу доверия экономических агентов различным организациям и институтам. Так, в девятой главе «Институциональное и сетевое доверие как экономические категории» (*Ю.В. Веселов*), открывающей раздел, речь идет о роли доверия в экономической жизни. Автор описывает как возникает доверие во взаимодействии экономических агентов, разделяя сетевое доверие и доверие институциональное. По его мнению, основная ошибка социологической и экономической теории рационального выбора в объяснении доверия заключается в том, что они исходят из прямолинейно понимаемого тезиса о методологическом индивидуализме. В реальной жизни любое индивидуальное взаимодействие опирается на уже существующую структуру отношений между индивидами — доверие не только в сознании агентов, оно существует в пространстве отношений агентов. В капиталистическом мире доверие трансформируется в доверие символическим системам — торговым маркам и товарным брендам, системам экспертного знания. Сегодня доверие все чаще рассматривается как моральный конструкт, занимая все больше места в моральном пространстве общества.

В главе десятой представлено исследование «Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные и половые различия» (*А.Л. Журавлев, В.А. Сумарокова*). Исследование выполнено в 1996 г. и отражает состояние феномена доверия предпринимателей в конкретный период истории России. Программа этого исследования послужила основой для целого ряда последующих работ, в том числе и для представленной в следующей главе монографии. Авторами выделены типичные обыденные представления предпринимателей о феномене доверия и изучено доверие предпринимателей к таким социальным объектам, как государственные и негосударственные (частные, пред-

принимательские и т.п.) организации. В ходе исследования установлено, что предпринимательская субкультура отношений с другими людьми, группами или организациями характеризуется средним и низким уровнями доверия. Как правило, предприниматели больше доверяют предпринимательским организациям в целом или их представителям в отдельности по сравнению с доверием к государственным организациям (или их представителям).

В этом же исследовании выявлены гендерные и региональные особенности доверия предпринимателей. Авторы делают заключение, что поло-ролевые стереотипы по отношению к женщинам в бизнесе определяют их более низкий уровень доверия. Региональные предприниматели проявляют несколько меньшее доверие к организациям по сравнению с москвичами, что, скорее всего, объясняется конкретными социально-экономическими условиями жизнедеятельности. Соответственно москвичи доверяют госорганизациям и их представителям больше, чем предприниматели других изучавшихся регионов России, что объясняется более тесным взаимодействием с государственными органами власти предпринимателей-москвичей.

Эти результаты согласуются с данными масштабного исследования, выполненного по аналогичной программе, представленного в одиннадцатой главе «Динамика доверия российских предпринимателей к различным организациям» (*В.П. Позняков*). В работе представлены результаты изучения динамики доверия предпринимателей на протяжении десяти лет. Эта динамика отличается нелинейным характером и различна для предпринимателей из отдельных регионов России. По мнению автора, базовые условия функционирования предпринимательства определяются следующими факторами: нормативно-юридическим обеспечением и правовой защитой, системой налогообложения, механизмами финансирования и кредитования, функционированием системы государственной поддержки предпринимательства. Качественные характеристики отношений в сфере бизнеса и, в частности, оценки доверия к различного вида организациям и надежности партнеров выступают существенным ресурсом повышения успешности предпринимательской деятельности. Интересны полученные данные о том, что чем большее противодействие испытывают предприниматели со стороны государственных структур, тем

выше они оценивают степень риска в своем бизнесе. Следовательно, именно государственные органы власти выступают одним из главных условий наличия или отсутствия риска в предпринимательской деятельности. Данные интервью также демонстрируют, что у предпринимателей сформировался устойчивый негативный образ чиновника — представителя региональной власти.

Иной ракурс доверия к организациям рассмотрен в последней главе третьего раздела «Доверие как фактор потребительского поведения на рынке медицинских услуг» (*О.И. Патоша, М.А. Сашина*). В этой работе речь идет о критериях доверия потребителей к платным медицинским центрам и бесплатным медицинским учреждениям. В качестве критериев доверия к ним были выявлены характеристики организации (оснащение, качество услуг и т.п.), основанные на прошлом опыте взаимодействия и информации в СМИ, а также характеристики врача (квалификация, внешний вид, время, уделенное врачом пациенту, и т.п.). Для платных медицинских организаций дополнительно был выявлен финансовый критерий доверия, взаимосвязанный с представлениями о более высоком качестве услуг и лучшем отношении к пациенту. В ходе исследования установлено, что критерии и уровень доверия значимо различается для платных и бесплатных медицинских организаций. Важно также, что в целом уровень доверия к платным медицинским центрам значимо выше, чем к бесплатным медицинским учреждениям. В качестве основных критериев формирования доверия к платным центрам выступают квалификация врача, наличие необходимого оборудования, а также существующий опыт обращения в медцентры. Для бесплатных центров критериями формирования доверия являются более абстрактные (клятва Гиппократа), а также иррациональные критерии (внешний облик врача).

Авторы приходят к выводу, что выбор платного медицинского центра делается осознанно на основании информации о конкретном учреждении, а выбор бесплатного — в большей степени совершается под воздействием обстоятельств; что доверие к платным медицинским центрам формируется в результате более сложного процесса оценки и соотнесения результатов прошлого опыта, нежели доверие к бесплатным учреждениям, которое больше основано на верованиях и стереотипах.

Четвертый раздел монографии «Доверие как основа социального капитала» раскрывает связь доверия с экономическим и социальным поведением в более широком контексте. В трех представленных в разделе исследованиях доверие рассматривается в качестве ключевого компонента интегрального феномена — социального капитала, его особых подвидов (социальный капитал личности) и производных (социально-психологический капитал).

В первой главе раздела «Персональный социальный капитал, доверие и социально-психологические характеристики личности» (*Т.А. Нестик, И.А. Соломаха*) представлен теоретический анализ подходов к исследованию социального капитала. Независимо от подхода многие авторы отмечают особое место в его структуре доверия, сравнивая социальный капитал с социальным «клеем» общества, который позволяет мобилизовать дополнительные ресурсы отношений на основе доверия людей друг другу. Как отмечают авторы, при анализе структуры социального капитала основную роль исследователи уделяют ресурсам, доступным личности через ее социальную сеть. При этом доверие и репутация выполняют функцию «ключа», открывающего доступ к ресурсам сети.

В главе представлен социально-психологический анализ феномена социального капитала личности, выделены его структура, психологические функции (особое внимание уделено метакогнитивной функции социального капитала личности в сетевом обществе), а также факторы формирования. В главе также обобщены результаты эмпирических исследований и намечены дальнейшие перспективы изучения социального капитала личности. Наиболее важным результатом является эмпирически подтвержденная связь персонального социального капитала с такими личностными особенностями, как временна́я перспектива личного развития, склонность обращаться за помощью, доверие людям, эмоциональный интеллект, ориентация на ценности самостоятельности, достижений и власти. При этом обнаружена прямая связь между уровнем доверия к людям и протяженностью горизонта планирования жизни. По-видимому, доверие позволяет расширить не только социально-психологическое пространство личности, но и ее психологическое время. Чем выше межлич-

ностное доверие, тем дальше способна личность с уверенностью заглядывать в будущее. Важно также, что высокое доверие характерно для людей, не ориентированных на получение непосредственной выгоды от своей персональной социальной сети. Эти результаты подтверждают важную роль доверия как основного компонента и детерминанты социального капитала.

Полученные данные согласуются с результатами исследования следующей, четырнадцатой главы «Модели экономического поведения и социальный капитал русских и представителей народов Кавказа» (*А.Н. Татарко, М.В. Снеговая*). В работе отмечается, что социальный капитал, наряду с другими формами капитала, выступает основой благосостояния и конкурентоспособности нации, в частности, он способствует развитию экономики, снижая трансакционные издержки; играет важнейшую роль в формировании политической активности и ответственности граждан общества; способствует здоровью, психологическому благополучию и удовлетворенности жизнью.

В эмпирическом исследовании авторы анализировали взаимосвязи социального капитала с установками на различные виды экономического поведения у русских и представителей народов Кавказа. Как было установлено, в целом социальный капитал связан с установками на «продуктивные» паттерны экономического поведения в обеих группах. На этой основе авторы сделали заключение, что экономическое поведение людей, которые делают больший «вклад» в социальный капитал общества (посредством более высокого доверия, толерантности и т.д.), более полезно для общества. Такие люди не стремятся к приоритету прибыли над законом, характеризуются более высоким интересом к экономике, большей экономической самостоятельностью и т.п.

Данный феномен является универсальным для представителей обеих рассматриваемых культур. Однако по своей направленности большинство взаимосвязей социального капитала с установками на различные виды экономического поведения в обеих культурных группах различны. Сходство наблюдается только по связям классического измерения социального капитала — доверия. В обеих группах межличностное доверие отрицательно связано с готовностью воспроизводить в поведении установку на приоритет прибыли над законом. Также в обеих группах доверие

отрицательно связано с эмоциональной компонентой (его позитивностью) установки на приоритет размера вознаграждения над творчеством в работе.

Авторы пятнадцатой главы «Социально-психологический капитал как фактор предпринимательского поведения» (*А.Н. Татарко, Н.А. Амерханова, Н.Ю. Богатов*) отмечают, что в основе социального капитала лежат отношения людей: отношение к ближайшему окружению (доверие, толерантность), отношение к общности в целом (воспринимаемый социальный капитал, социальное доверие), отношение к своей принадлежности к общности (идентичность). Они вводят новый термин — «социально-психологический капитал», под которым понимают ресурс психологических отношений, содержащийся в социальных группах и доступный включенным в них индивидам. Данный ресурс находит свое выражение в поведении (создание сетей, ассоциаций, самоорганизация), которое и трактуется как социальный капитал. Основными показателями социально-психологического капитала общества являются гражданская идентичность и доверие.

Авторы главы предполагают, что социально-психологический капитал не только способствует формированию социального капитала, создающего среду для продуктивного экономического поведения, но непосредственно влияет на социально-психологические явления, регулирующие поведение индивида, — на его представления и установки. В контексте представленной работы речь идет о предпринимательском поведении.

Результаты исследований А.Н. Татарко и соавторов позволяют сделать заключение, что на психологические факторы, лежащие в основе намерения открыть собственный бизнес, влияют доверие к институтам общества и социальное доверие. Важной находкой данного исследования является то, что применительно к предпринимательскому поведению в модели выделен фактор, характеризующий отношение к государственным служащим. Институциональное доверие, а также воспринимаемый социальный капитал связаны именно с ним. Таким образом, отношение к госслужащим играет важную роль при открытии собственного бизнеса — оно не должно быть негативным. В свою очередь, на данный фактор оказывают влияние институциональное доверие и воспринимаемый социальный капитал, способствуя повыше-

нию позитивности отношения к госслужащим. Эти два компонента социально-психологического капитала зависят всецело от поведения органов государственной власти. Именно государственная власть, ее политика формирует восприятие гражданами своего государства (воспринимаемый социальный капитал) и доверие к социальным институтам. Доверие к государству и позитивное отношение к государственным служащим, согласно построенной модели, играет очень большую роль для намерения открыть собственный бизнес.

Обобщая все исследования четвертого раздела, можно сделать вывод, что их результаты наглядно демонстрируют как различные виды доверия (межличностное и институциональное, социальное и генерализованное, собственное и воспринимаемое) способствуют формированию социально-психологического и социального капитала личности и всего общества, а также обеспечивают доступность его ресурсов и их сохранение.

Пятый раздел «Доверие и недоверие социотехническим системам, СМИ и рекламе» отражает также одну из последних тенденций — актуализацию интереса к изучению доверия / недоверия в сложных социотехнических системах, к которым относятся системы «человек — техника», системы массовых коммуникаций (включая электронные), а также системы маркетинговых коммуникаций. Исследования, представленные в разделе, позволяют еще глубже постичь природу различных деперсонифицированных и институциональных видов и форм доверия. По сути, любая социальная система имеет материальную и, в частности, техническую составляющую: средства коммуникации, электронные системы регистрации и функционирования, документацию на материальных носителях и т.д. Эти системы выступают посредниками между населением и чиновниками, между потребителями и бизнесом, между общественными организациями и волонтерами, между теми, кто нуждается в помощи, и благотворителями.

В открывающей раздел главе «Доверие и недоверие к социальным институтам и социотехническим системам: постановка проблемы и обоснование подхода к исследованию» (*А.Б. Купрейченко*) обосновывается методический подход, который учитывает как рациональную, так и иррациональную составляющую доверия

к любому виду социальных объектов и социотехнических систем. Такой подход позволяет: выявить основные критерии доверия / недоверия социотехническим системам; оценить амбивалентность доверия / недоверия к ним; проследить психологические механизмы проекции и персонификации, которые определяют склонность людей к приписыванию технике человеческих свойств и намерений. Важным фактором доверия выступает статус пользователя социотехнических систем. Нередко уровни доверия экспертов и новичков не отличаются, но при этом они используют разную информацию при принятии решений. Автором выдвинуто предположение, что изначально необоснованно оптимистичное отношение к технике и завышенная оценка собственных навыков взаимодействия с ней нескольких лет работы сменяется более осторожным отношением. У операторов или пользователей с большим стажем эта настороженность проходит за счет большего опыта и, соответственно, возросшего мастерства, в результате чего оценки отдельных показателей доверия к технике снова возрастают. В ходе апробации методического подхода получены интересные данные о взаимосвязи доверия к технике с доверием к себе, другим людям и миру — выявлена положительная корреляция отдельных переменных доверия технике с доверием к себе в умении строить взаимоотношения с окружающими и миром.

В главе также представлена программа изучения доверия и недоверия по отношению к социальным институтам, позволяющая оценить уровень и соотношение доверия / недоверия социальным институтам у различных групп и категорий населения, а также их динамику. Она также позволяет разделить категории населения по «качеству» доверия / недоверия («слепое» или наивное, «клановое», «зрелое» и т.д.). Таким образом, инструментарий дает возможность не только количественного, но и качественного анализа доверия: его видов, оснований, факторов препятствующих росту доверия, опасений, вызывающих недоверие, а также факторов, повышающих доверие и снижающих недоверие. В ходе исследования возможно выявить амбивалентное отношение к социальным институтам, при котором позитивные ожидания (доверие) сочетаются с опасениями (недоверием).

Еще один подход к той же проблеме представлен в главе семнадцатой «Доверие человека к технике: теоретическая модель

и апробация методики» (*А.А. Обознов, А.Ю. Акимова*). Обобщая результаты исследований других исследователей, авторы отмечают, что различие между доверием к людям и «не к людям» заключается в соотнесении таких понятий, как «характер», «мотивы», «намерения», и «ценности» с лицом, которому мы доверяем. Теоретическая модель доверия технике основывается на рассмотрении изучаемого феномена как специфического психологического отношения, своеобразие которого выражается в том, как человек презентирует себе степень реализуемости поставленных задач с помощью техники, то есть с предсказуемостью работы техники. В модели выделяются две составляющие отношения доверия к технике — представления человека о надежности техники и ее освоенности. На этой основе авторами построена теоретическая типология доверия технике, которая затем была подтверждена в ходе эмпирического исследования.

Техника — одна из многочисленных разновидностей социогенных или антропогенных систем. Соответственно, отношение «доверие / недоверие» к ней имеет много общего с отношением к другим аналогичным системам, таким, например, как политическая, экономическая, финансовая, образовательная и т.д. системы; средства массовой информации; любые регламентированные и структурированные объединения людей, в том числе различные организации; и общество в целом. Следующие главы раздела посвящены анализу доверия двум другим видам социотехнических систем: рекламе и электронным журналам.

В главе «Доверие к рекламе в структуре маркетинговых коммуникаций» (*А.Н. Лебедев, О.В. Гордякова*) рассматриваются проблемы и методы оценки доверия рекламе, а также проблема связи доверчивости (или недоверчивости) как характеристики личности потребителя с рекламным воздействием в различных маркетинговых коммуникациях. Многие психологи рассматривают доверие как высшую эмоцию — чувство, которое связано с количеством или формой подачи информации. В рекламной практике манипулирование доверием потребителя осуществляется именно путем манипулирования информацией (сокрытием части информации, преувеличением значения одной информации и уменьшением значения другой, использованием для воздействия косвенной информации и др.).

На конкретном примере рекламы в прессе авторы обсуждают метод оценки доверия или недоверия рекламе и некоторые психологические факторы, влияющие на их возникновение. В работе приводятся также результаты экспериментального исследования влияния личностных характеристик потребителей на доверие / недоверие коммерческому предложению, представленному им в форме различных маркетинговых коммуникаций. Однако, как показал анализ результатов, оценка коммерческого предложения ни в одном из изучаемых типов маркетинговых коммуникаций статистически не связана с фактором «подозрительность — доверчивость» опросника Кеттелла. Это может означать, что доверчивые и недоверчивые люди одинаково оценивают коммерческое предложение, представленное в виде различных по психологическим методам воздействия маркетинговых коммуникаций. Такой вывод оказался неожиданным и заслуживает дальнейшего анализа.

Основная цель завершающей раздел и книгу главы «Социально-психологические факторы медиадоверия» (*Е.В. Шляховая*) — представить результаты исследования, посвященного доверию к информации, передаваемой в процессе электронной массовой коммуникации. Теоретический анализ, выполненный автором, посвящен концептуальным основам изучения электронной массовой коммуникации, доверия и недоверия к информации. Интерес представляет авторское понимание медиадоверия как доверия, возникающего в процессе массовой коммуникации с использованием материальных, в том числе электронных носителей и средств. Эмпирическое исследование нацелено на выявление особенностей медиадоверия при различных видах информации. Установлено, в частности, что характер взаимосвязи доверия к информации с доверием к интернет-журналу и доверием к интернет-журналисту неравномерен и зависит от вида информации. Эта взаимосвязь наиболее сильна в случае деловой, практически полезной информации как для доверия к интернет-журналу, так и для доверия к интернет-журналисту. Наименьшая взаимосвязь имеет место в случае развлекательной, практически бесполезной информации как для доверия к интернет-журналу, так и для доверия к интернет-журналисту.

В целом результаты пятого раздела, посвященного доверию к социотехническим системам, показывают, что технические средства,

в частности, средства коммуникации и электронные системы, выступают важным посредником во взаимодействии социальных институтов и конкретных людей. Особенности функционирования этих технических средств могут вызывать недоверие отдельных категорий населения и, как следствие, снижать доверие к тем организациям, которые используют эти средства.

В заключение еще раз отметим, что, по нашему мнению, материалы монографии дают новые основания для определения направлений и условий формирования гражданского общества. Его формирование должно сопровождаться переходом: от патернализма к партнерству; от пассивности к взаимодействию; от безразличия к заинтересованности; от незнания к компетентности; от нереалистичных ожиданий к готовности внести собственный вклад; от неверия или «слепой» веры к подлинному доверию.

Монография содержит ценные для развития отраслей социальных наук, связанных с доверием, сведения и результаты, которые в более широком контексте полезны для понимания взаимодействия, сотрудничества и самоорганизации людей. Тем самым книга представляет интерес для представителей многих социогуманитарных специальностей: социальной философии и социологии, экономической науки и менеджмента, психологии и социальной работы, политологии и межкультурной коммуникации и др. В ней содержится также много конкретных материалов, методических и практических разработок, способных в некоторой степени удовлетворить потребность в таких знаниях, которые позволят прогнозировать будущие изменения в атмосфере доверия и недоверия в социуме, и в конечном итоге сделать процесс формирования культуры доверия в гражданском обществе поддающимся воздействию, то есть управляемым.

* * *

Как редакторы книги мы выражаем глубокую признательность и благодарность всем авторам, принявшим участие в его осуществлении, и надеемся на продолжение дискуссии, поскольку стремление специалистов различных отраслей знания к взаимопониманию и нахождению точек соприкосновения является признаком подлинного интереса к глубокому научному поиску.

© А.Б. Купрейченко, И.В. Мерсиянова, 2013

Раздел I
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ДОВЕРИЯ И НЕДОВЕРИЯ

Глава 1. Проблема оценки уровня и содержания социального доверия[1]

Введение

Исследования доверия в социальных науках сохраняют свою актуальность, несмотря на большой объем уже проведенных исследований и опубликованных работ. Дискуссию о природе доверия, его функциях в общественной жизни и соотношении с другими феноменами можно считать достигшей своего апогея. Следует отметить, что до сих пор взгляды исследователей различаются по многим из этих ключевых вопросов. Доверие рассматривается одной группой ученых как ожидание, установка, отношение, состояние, чувство, процесс социального обмена, процесс передачи информации и других значимых благ, личностное и групповое свойство, компетенция и т.д. В то же время для другой группы ученых доверие или недоверие — это, скорее, общественное и групповое настроение, климат, социальная ситуация и социальная проблема. Наличие некоторых устойчивых характеристик доверия в различные исторические периоды и в различных сообществах людей позволяет говорить о культуре доверия [Веселов, 2004*б*; Селимен, 2002; Фукуяма, 2004]. В традициях эпигенетического подхода Э. Эриксона доверие человека к миру выступает как базовая, фундаментальная социальная установка личности — метаотношение, которое определяет дальнейшее развитие всех других видов отношений личности к миру, себе и другим (И.В. Антоненко, В.П. Зинченко, Р. Левицки, Д. МакАллистер и Р. Бис, Б.Ф. Поршнев, Т.П. Скрипкина и др.). В данном случае речь идет о базовом доверии, нередко в литературе называемом также базальным. Другие авторы понимают доверие

[1] В главе используются результаты научно-исследовательских работ, выполненных авторами в Центре исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ в 2011–2013 гг. при поддержке Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

как общее отношение или ожидание от окружающих людей, общественных систем, социального порядка (Б. Барбер, Х. Гарфинкель, Н. Луман и др.). Согласно Луману, доверие часто предстает как механизм, способствующий сокращению ненадежности и риска в сложном жизненном мире [Luhmann, 1979]. Позитивные ожидания являются основным элементом многих подходов к пониманию сущности доверия (Р. Левицки, Д. МакАЛлистер и Р. Бис, Д. Руссо и С. Ситкин, Дж. Хоманс, Л. Хосмер и др.).

Таким образом, поиск основ, содержания и функций доверия продолжается уже многие десятилетия. В течение этого времени разрабатывались различные методические подходы и приемы оценки доверия. Одними из первых признанных инструментов выступали методики Дж. Роттера, М. Розенберга и др. [Rosenberg, 1957; 1991; Rotter, 1967]. Один из вопросов методики Розенберга, опубликованной в 1957 г., приобрел наибольшую популярность и в настоящее время широко используется научным сообществом. Этот вопрос звучит следующим образом: «*Можете ли Вы вообще сказать, что большинству людей можно доверять, или же, когда имеешь дело с людьми, осторожность никогда не помешает?*» (Generally speaking, would you say that most people can be trusted or that you can't be too careful in dealing with people?) В частности, он используется в инструментарии World Value Survey (WVS) — долгосрочного всемирного проекта, основанного в середине 1990-х годов на методологии и принципах проекта изучения ценностей в европейских странах European Values Study (EVS), существующего с 1981 г. Этот же вопрос фигурирует в исследовательских проектах в рамках мониторинга состояния гражданского общества, который ведется с 2006 г. Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Однако в последние годы усиливается дискуссия на тему о том, что именно измеряет этот вопрос о доверии к людям вообще [Белянин, Зинченко, 2010; Кертман, 2006; Козырева, 2009; Купрейченко, 2008; Сасаки, Давыденко и др., 2009; Beugelsdijk, 2006; Glaeser et al., 2000]. Поиск ответа на этот фундаментальный вопрос и является целью нашей статьи. Современные авторы высказывают иногда диаметрально противоположные точки зрения. Одни считают, что

этот вопрос из World Value Survey оценивает доверие на микроуровне (персонифицированное, межличностное доверие), другие — что он измеряет доверие на макроуровне (неперсонифицированное, институциональное доверие). Можно также предположить, что этот показатель оценивает базовое доверие к миру или культуру доверия в обществе, которая отражает не только актуальное состояние институтов, но также коренится в менталитете различных слоев и когорт общества. Подобная постановка вопроса определяет необходимость как теоретического анализа различных видов доверия и их функций в сегодняшнем обществе, так и анализ результатов эмпирических исследований. Такой комплексный анализ может позволить понять, не только какой именно вид доверия оценивает вопрос о доверии к людям вообще, но также дать данные для качественного анализа доверия в обществе и в определенной степени помогать прогнозировать его изменение на ближайшее будущее.

Функциональные особенности различных видов доверия

На представления о природе возникновения, об основаниях, критериях, функциях доверия и недоверия оказывает влияние также эволюция форм и видов доверия / недоверия в истории человечества [Веселов, 2004а; 2004в; Поршнев, 1965; 1972; Селигмен, 2002; Штомпка, 1996; Фукуяма, 2004]. Исторически самой древней формой доверия, характерной для так называемых традиционных обществ, исследователи считают доверие, основанное на принадлежности объекта к социальным группам, наделенным особым психологическим статусом. В традиционных обществах это, как правило, кровнородственные связи. Как отмечает А. Селигмен, это «вовсе не доверие, а уверенность в существовании хорошо репрезентированных (и санкционированных), аскриптивных по своей природе ролевых отношений» [Селигмен, 2002, с. 35]. В данном случае доверие выполняет подчиненную функцию в регуляции совместной жизнедеятельности — оно сохраняет и воспроизводит существующую социальную структуру. Такая роль доверия существенно отличается от роли доверия в обществе современного типа, когда новые системы социальных связей и отношений формируются на основании доверия или недоверия, которое вызывают друг у друга участники в ходе взаимодействия. В традиционных

обществах высокий уровень доверия к «своему» сочетается с недоверием к представителю других групп и особенно к так называемому «чужаку» (Г. Зиммель). Селигмен в качестве следующей за «традиционным доверием» исторической формы выделяет «доверие как естественную симпатию», «естественную благожелательность». Он связывает такое понимание доверия с появлением в указанный период дружбы в ее современном понимании.

По мнению Селигмена, на протяжении последних двух столетий в центре общественной мысли и политической теории находилась идея поддержания общности людей, опираясь исключительно на взаимное выполнение обещаний. Их зарождение он связывает с идеей Э. Дюркгейма о договорных началах (то есть о необходимости правил, регулирующих рынки и управляющих исполнением договоров) [Селигмен, 2002, с. 15]. Экономическое и социальное развитие общества увеличивало интенсивность и частоту взаимодействия с людьми, представляющими чужие социальные группы. Кроме того, взаимодействие все чаще становилось обезличенным. Соответственно, отмечает Ю.В. Веселов, трансформировалось и доверие, произошел переход от «традиционного доверия» к доверию смешанного типа и далее — к «рациональному» и «современному» доверию [Веселов, 2004*в*, с. 115]. Общества, основанные на рыночном типе хозяйствования, воспроизводят новый тип моральных отношений и доверия, регулирующий безличные отношения агентов социальной и экономической коммуникации. Этот тип отношений основан на рациональном восприятии действий других в отличие от культурно-детерминированного доверия в традиционных обществах [Веселов, 2004*а*, с. 9]. В эпоху Современности меняется сама природа доверия. Отношения доверия становятся, во-первых, функциональными, во-вторых, рациональными, в-третьих, абстрактными (неперсонифицированными) (то, что Э. Гидденс называет доверием к «экспертным системам»).

Несмотря на популярность модели «рационального доверия» (основанного на взаимном выполнении обещаний, то есть на обмене) и на высокие возможности этой модели в объяснении экономического поведения, следует отметить, что такой тип доверия имеет гораздо больше общего с расчетом, а не с подлинным доверием, одним из основных признаков которого является безусловность. А. Селигмен считает, что обойти это противоречие позво-

ляет концепция «генерализованного обмена», форму которого приобретает доверие в наши дни [Селигмен, 2002, с. 82]. Генерализованный обмен означает, что субъект соблюдает нормы сообщества, не претендуя на немедленное вознаграждение, а рассчитывая на то, что другие члены общества будут поступать так же, и это в итоге позитивно скажется на жизнедеятельности всего общества и самого субъекта. Однако, как нам кажется, представление доверия в виде особой формы договора или любой формы обмена (персонифицированного или неперсонифицированного, эквивалентного или неэквивалентного) уводит нас немного в сторону от понимания подлинной сути доверия (или сути подлинного доверия).

Это возвращает нас к объяснениям кооперации и сотрудничества людей существованием некоторых базовых социальных потребностей (социальных инстинктов, «органической солидарности», по Дюркгейму, «спонтанной социабельности», по Ф. Фукуяме). Действительно, существует некоторая базовая социальная потребность, а именно потребность человека в жизни в сообществе, на которой строятся все остальные социальные потребности: в совместности, общности, принадлежности, уважении и т.д.

Многие современные исследователи акцентируют внимание на той роли, которую играет доверие в регуляции сознания и поведения личности, группы, общества. Доверие и недоверие выполняют широкий спектр значимых позитивных и негативных (деструктивных) *функций в регуляции жизнедеятельности* общества, социальных групп и отдельных людей. Их позитивная роль в наиболее общем виде состоит в том, что доверие и недоверие способствуют интеграции и гармонизации отношений человека с самим собой, окружающими людьми и миром в целом, обеспечивают сосуществование и взаимодействие с ними, регулируют межличностные, внутригрупповые и межгрупповые отношения. Анализируя негативные (деструктивные) функции доверия и недоверия в регуляции жизнедеятельности, следует отметить, что излишне высокое доверие может снижать безопасность субъекта, а излишне высокое недоверие — осложнять взаимодействие, познание мира и в конечном итоге замедлять развитие субъекта.

Оптимистическое ожидание личностью или группой некоего блага (чаще всего взаимного) в результате взаимодействия свойственно отнюдь не всем видам доверия. Обеспечение эффектив-

ности деятельности и формирование устойчивых позитивных отношений являются основными функциями доверия между хорошо знакомыми, тесно взаимодействующими субъектами. Доверие в этом случае возникает в результате взаимного оценивания качеств партнеров, в первую очередь нравственности, надежности, единства, открытости. Основаниями для недоверия выступают: безнравственность, ненадежность, скрытность, зависимость, конфликтность и др. Эти виды персонифицированного отношения могут быть определены как *собственно доверие и собственно недоверие.*

Однако получение субъектом личного «выигрыша» не может выступать целью *базового общечеловеческого (генерализованного, общественного) доверия, которое предполагает проявление субъектом позитивного отношения к другим без ожидания адекватного вознаграждения лично для себя, а лишь «пользы» для социума.* Многими авторами признается, что общественное (генерализованное) доверие поддерживается поступками, которые не связаны с ожиданиями ответного поведения. Так, в любом обществе существуют нормы помогать слабым, больным, неимущим и т.д., не ожидая от них ответных действий [Селигмен, 2002; Фукуяма, 2004].

Таким образом, основные функции общественного доверия — *обеспечение самоорганизации общества и воспроизводство социальной структуры. Этот вид доверия является основой совместной жизнедеятельности людей, способствует поддержанию моральных основ и социальных норм.* Другие базовые потребности, такие как самосохранение, независимость, защита от нежелательного влияния и т.п., определяют существование базового общечеловеческого (генерализованного) недоверия. Этот вид недоверия соответственно выполняет функции *самосохранения, обособления, обеспечения автономного развития и существования как индивидуального, так и группового субъекта.*

В специальной работе А.Б. Купрейченко выполнен детальный анализ целого ряда видов доверия, различающихся по своим основаниям и функциям. Так, в ней показано, что некоторые формы *институционального доверия / недоверия* (ролевое, организационное, деловое и т.п.) выполняют те же функции, что и социальная категоризация в целом. В частности, они *упорядочивают, регламентируют и оптимизируют взаимодействие.* Кроме того, редуцируя сложнейшие межличностные и межгрупповые отношения

к степени доверия / недоверия, они *снижают когнитивную сложность в состоянии неопределенности и облегчают принятие решения и т.д.* Эту же функцию в ситуации дефицита времени выполняют *интуитивное доверие и недоверие* [Купрейченко, 2008].

Наряду с перечисленными выше видами хочется упомянуть некоторые его редкие разновидности. Например, так называемое *слепое доверие близким людям*, которое выполняет функцию *защиты и воспроизводства социально-психологического пространства*. Возможен и еще один специфический вид отношения — *необоснованное недоверие самому близкому человеку*. Например, если риск в случае его обмана, предательства крайне велик. Такое недоверие также выполняет эго-защитную функцию. Выше уже были отмечены особые социально-психологические функции, которые выполняет *традиционное (клановое)* доверие, — *феномен сочетания высокого доверия «своим» с явно выраженным недоверием к «чужим»*. Интересно также и *альтруистическое доверие*, в частности, доверие сильного человека к более слабому — «рука помощи». Нередко недоверие является следствием предрассудков и предубеждений против определенных людей или групп. Высокое гуманистическое доверие в данном случае не имеет под собой объективной основы (единство, надежность и т.д.).

Анализ многообразия, разноплановости и многофункциональности видов доверия / недоверия приводит нас к неожиданному результату. Какой именно вид доверия мы оцениваем посредством вопроса о доверии к людям вообще? И еще — какой вид доверия или соотношение доверия и недоверия является оптимальным для определенного сообщества на определенном этапе его развития? В практическом приложении это означает следующее: какие виды доверия преобладают у разных категорий населения России сегодня, какой из них наиболее прогрессивен и какая динамика будет соответствовать ожиданиям и запросам общества. Поиск ответов на эти вопросы был продолжен в ходе анализа результатов эмпирического исследования[1].

[1] В данном исследовании использована программа общероссийского опроса населения, проведенного по репрезентативной выборке в рамках Мониторинга состояния гражданского общества, который ведется Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Объем выборки — 2000 респондентов. В выборку были

Сравнительный анализ социальных и психологических характеристик респондентов, доверяющих и не доверяющих людям

Каждое конкретное общество характеризуется определенной культурой доверия, под которой понимаются не только исторически сформированные установки, нормы и ценности социального взаимодействия, но и активно воспроизводимая в социальных практиках структура отношений, которая может сознательно планироваться и регулироваться [Веселов, 2004*б*, с. 32]. Различные культуры отличаются значимостью доверия, критериями его формирования, основными составляющими (основаниями) доверия и степенью их выраженности, правилами и традициями, регулирующими доверительные отношения. Ф. Фукуяма, рассматривая национальные культуры доверия, разделяет государства начала XXI в. на три группы в зависимости от того, какую роль играет доверие в этих обществах [Фукуяма, 2004]. Первую группу с самым высоким уровнем социальной кооперации и доверия составляют США, Япония и Германия. Фукуяма связывает высочайшее развитие экономики в этих странах с той ролью, которую играет доверие в их экономической жизни. Вторую группу с более низким уровнем доверия составляют Китай, Италия и Франция, где доверие поддерживается семейными структурами (или сходными с ними). Третья группа, характеризующаяся наиболее низким уровнем доверия, объединяет постсоциалистические страны.

Результаты нашего эмпирического исследования могут помочь описать культуру доверия / недоверия, сложившуюся на современном этапе развития российского общества. На основании анализа данных, полученных в ходе опроса, авторы предполагали составить социальный и психологический «портрет» респондентов, доверяющих и не доверяющих большинству людей.

включены 43 субъекта РФ, 105 населенных пунктов (45 сельских и 60 городских). Выборка репрезентирует население России в возрасте 18 лет и старше, за исключением населения Чеченской Республики. Допустимая статистическая погрешность — 3,5%. Полевой этап исследования был проведен с 24 по 27 ноября 2011 г. Общероссийским общественным фондом «Общественное мнение». Метод сбора информации — формализованное личное интервью по месту жительства по специально разработанной анкете. Опрос проходил в режиме «face-to-face» по месту жительства респондентов. При ответе на вопрос респондент должен был выбрать наиболее подходящий для него вариант ответа — один или несколько — из числа предложенных. В ряде случаев интервьюер показывал респонденту карточку с перечнем вариантов ответов.

В ходе исследования установлено, что примерно пятая часть респондентов (22%), отвечая на вопрос «*Как Вы считаете, большинству людей можно доверять, или в отношениях с людьми следует быть осторожными?*», заявила, что большинству людей можно доверять. Эту категорию респондентов мы условно назовем «доверяющие людям». Тех, кто выбрал вариант ответа «в отношениях с людьми следует быть осторожными», оказалось примерно в 3,5 раза больше: 75%. Эти респонденты условно названы нами как «не доверяющие людям». (Затруднились ответить на этот вопрос 4%.) Интересно, что и те, и другие чаще считали, что за последние годы люди стали меньше доверять друг другу (50% — доверяющих и 75% — недоверяющих). О том, что доверие среди людей возросло, высказались в этих группах лишь 14 и 3% соответственно.

Следует отметить, что за время наблюдений в рамках семи волн мониторинга состояния гражданского общества доля «доверяющих» и «недоверяющих» существенно не меняется и находится в интервале 18–22% и 75–78% соответственно[1]. С 1989 г. уровень социального доверия снизился с 54% (данные ВЦИОМ) до 18% в 2007 г. (данные ФОМ). Таким образом, уровень социального доверия в Советском Союзе был 54%, потом он рухнул до 25% в 1990 г., слегка поднялся до 38% в 1991 г., после чего начал монотонно снижаться, и с 1995 г. уровень социального доверия не поднимался выше 24% [Патрушев, 2007, с. 33].

Важный вопрос, который способен помочь в реализации цели нашей работы, — соотношение доверия большинству людей и людям, с которыми респонденты знакомы лично (окружающим). В нашей анкете для этого использовалось два самостоятельных вопроса. Как показывают данные, представленные в табл. 1., среди доверяющих людям вообще есть все же 12% тех, кто считает, что с их непосредственным окружением следует быть осторожным. Также и среди тех, кто вообще людям не доверяет, 46% готовы доверять своему окружению. Следовательно, эти два вопроса, несмотря на сходство формулировок, оценивают разные

[1] Более подробно с данными можно ознакомиться на сайте Мониторинга состояния гражданского общества Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» <http://www.hse.ru/org/hse/monitoring/mcs/>.

виды доверия, и их совместный анализ позволит выявить очень интересные особенности доверия / недоверия к людям.

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос о доверии окружающим людям (% опрошенных по группам «доверяющих» и «недоверяющих»)

	Большинству людей можно доверять («доверящие»)	**В отношениях с людьми следует быть осторожными («недоверяющие»)**	**Затрудняюсь ответить**
Большинству людей, которые меня окружают, можно доверять	87	46	56
В отношениях с людьми, которые меня окружают, следует быть осторожными	12	48	28
Затрудняюсь ответить	1	6	17

Различное сочетание ответов на эти два ключевых вопроса позволяет выявить четыре категории людей:

1) тех, кто доверяет людям вообще, а также своему окружению;
2) тех, кто доверяет людям вообще, но считает, что необходимо быть осторожным с непосредственным окружением;
3) тех, кто считает, что с людьми вообще следует быть осторожным, но тем не менее доверяет своему окружению;
4) тех, кто считает, что следует быть осторожным как с людьми вообще, так и с окружающими.

Однако анализа этих четырех категорий недостаточно для понимания сути изучаемых явления. Следует, понимать, что в каждой из этих категорий представлен не один, а несколько видов доверия. Например, те, кто доверяют вообще всем людям и своему окружению, могут быть как наивными, легковерными «простаками», так и альтруистичными высокогуманными и духовными людьми, живущими ради других людей и общественных целей.

Эти замечания приводят нас к заключению о необходимости раздельного анализа ответов на представленные выше два ключевых вопроса о доверии к людям и возвращают нас к необходимости детального анализа особенностей социальных и психологических характеристик респондентов доверяющих и не

доверяющих людям. В ходе исследования выявлены особенности категорий доверяющих и не доверяющих людям респондентов по *социально-демографическим характеристикам*.

Доверие и образование. Некоторые различия в распределении ответов обнаружились по уровню образования. Наименее образованные россияне несколько чаще говорят, что большинству людей можно доверять (см. табл. 2). Возможно, эти люди чаще включены в разные формы личностных отношений, в то время как более образованные граждане чаще функционируют в системах безличных, функциональных отношений.

Однако наименьшие различия по доверию к людям вообще имеют место между наименее образованными категориями и людьми с высшим образованием. Этот факт можно объяснить тем, что основания доверия к людям у респондентов малообразованных и высокообразованных — различны: первые — более «природно-доверчивы», вторые — имея солидный багаж знаний, уверены в собственной социальной компетентности. Но похоже, интуиция, привычка и рациональная компетентность оказываются в данном случае равноценными и несколько превышают средний результат по выборке.

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос «*Как Вы считаете, большинству людей можно доверять, или в отношениях с людьми следует быть осторожными?*» в зависимости от уровня образования респондентов (% опрошенных)

	Население в целом	**Образование**				
		ниже среднего	**среднее общее**	**начальное профессиональное**	**среднее специальное**	**высшее**
Большинству людей можно доверять	22	27	20	19	21	24
В отношениях с людьми следует быть осторожными	75	69	76	77	76	73
Затрудняюсь ответить	4	4	4	4	4	3

Доверие и доход. В распределении по доходу обнаружилось, что самые бедные (с доходом менее 6 тыс. руб. в месяц) чаще склонны к мнению, что в отношениях с людьми следует быть осторожными. Среди остальных групп значимых различий не выявлено.

Сходная закономерность имеет место в распределении по самооценке покупательских возможностей семьи: те, кому не хватает денег даже на питание, чаще склонны считать, что в отношениях между людьми следует быть осторожнее (88%). Наименее осторожными с другими людьми (70%) являются те, кому денег хватает на одежду, а на крупную бытовую технику — нет. Среди тех, кому хватает и на автомобиль, осторожных с другими людьми оказалось 76%. Таким образом, фактор благосостояния и экономического статуса имеет нелинейную взаимосвязь с доверием к людям.

Доверие и вид деятельности. Распределение данных по роду занятий показало, что самые недоверчивые люди — это руководители. Они чаще других считают, что в отношениях с людьми следует быть осторожными (83%). Не сильно отличаются от них безработные (77%) и рабочие (78%). А сравнительно более открытыми оказались служащие, технические исполнители и специалисты. Они чаще представителей других групп склоняются к мнению, что большинству людей можно доверять (25–26% против 16–19% у руководителей, безработных и рабочих). Вполне очевидно и ожидаемо, что наименее осторожными с другими людьми являются студенты (69%). Их доверчивость является как результатом отсутствия жизненного опыта, так и проявлением закономерного этапа становления человека — этапа освоения окружающего мира, этапа открытости всему новому и неизведанному.

Доверие и место проживания. В распределении по типам населенных пунктов обнаружилось, что склонных доверять большинству людей больше в средних по численности населения городах и городах-миллионниках, а тех, кто считает, что с людьми следует быть осторожными, — больше в Москве (см. табл. 3).

Самые открытые люди живут в Северо-Западном федеральном округе, а наименее доверчивые, те, кто считает, что в отношениях между людьми следует быть осторожнее, — в Уральском и Дальневосточном федеральных округах (см. табл. 4).

Доверие и национальность. Статистически значимые группы по национальной принадлежности, выделенные в исследовании, это только русские и татары. Другие национальности представлены в незначимых долях. Поэтому можно лишь сказать, что татары чаще (27%), чем русские (21%), склонны считать, что большинству людей можно доверять.

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «*Как Вы считаете, большинству людей можно доверять, или в отношениях с людьми следует быть осторожными?*» в зависимости от места проживания респондентов (% опрошенных)

	Население в целом	Тип населенного пункта					
		Москва	города 1 млн жителей и более	города от 250 тыс. до 1 млн жителей	города от 50 до 250 тыс. жителей	города менее 50 тыс. жителей, ПГТ	села
Большинству людей можно доверять	22	18	28	22	22	19	21
В отношениях с людьми следует быть осторожными	75	80	70	75	75	76	75
Затрудняюсь ответить	4	2	3	3	3	5	5

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос «*Как Вы считаете, большинству людей можно доверять, или в отношениях с людьми следует быть осторожными?*» в зависимости от федеральных округов, в которых проживают респонденты (% опрошенных)

	Население в целом	Федеральные округа						
		Центральный	Северо-Западный	Южный и Северо-Кавказский	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Большинству людей можно доверять	22	26	33	18	21	14	18	11
В отношениях с людьми следует быть осторожными	75	70	63	78	76	82	77	88
Затрудняюсь ответить	4	4	4	4	3	4	5	1

Доверие и регион проживания. Особенности, выявленные у респондентов различных регионов, показали, что *социально-экономические условия проживания, различная деловая культура и традиции* являются значимыми факторами доверия граждан к другим людям. Важными факторами также являются *темпы экономического развития в регионе, уровень коррупции и криминальная обстановка*. Наиболее развитые регионы, безусловно, предоставляют больше возможностей для развития субъекта, однако они же и таят в себе много опасностей и «ловушек для простаков» — деятельность в этих условиях сопряжена с большой совокупностью рисков и отличается высоким уровнем конкуренции.

Но в то же время (и это надо подчеркнуть) важными регуляторами, способными в той или иной степени нейтрализовать влияние окружающих условий, являются определенные *личностные свойства*, формирующие *ресурс жизнестойкости человека*. В их ряду можно назвать религиозность и оптимизм. Представленные ниже данные подтверждают высказанное предположение.

Доверие и отношение к религии. В распределении ответов респондентов обнаружилось, что более погруженные в религиозную жизнь чаще считают, что людям можно доверять, и реже — что в отношениях с окружающими следует быть осторожными. Среди тех, кто считает, что с людьми следует быть осторожными, неверующих — 19%. Еще больше эта доля среди тех, кто считает, что осторожными следует быть и с большинством людей их окружения, — 23%. Доля неверующих ниже среди тех, кто считает, что большинству людей можно доверять, — 16%, и тех, кто доверяет и большинству людей своего окружения, — 15%.

Степень религиозности или степень ее проявления в поведении также имеет значение. Если речь идет о религиозности, которая выражается только в том, что респондент по возможности выполняет предписания, но не участвует в богослужениях, то среди доверяющих людям их меньше (35%), чем среди недоверяющих (40%). Однако с усилением проявлений религиозности это соотношение меняется на противоположное. Так, среди тех, кто считает, что большинству людей можно доверять, 34% опрошенных по возможности выполняют предписания, изредка или

регулярно участвуя в богослужениях. Среди тех, кто считает, что с людьми следует быть осторожными, таких верующих меньше (25%). Для групп, различающихся по степени доверия к лично знакомым людям, характерна такая же закономерность.

Из-за статистически малой величины группы в анализе не участвуют те, кто в большей степени вовлечен в ритуалы храма и жизнь прихода, то есть те, кто выбрал вариант ответа «по возможности выполняю предписания, регулярно участвую в богослужениях, активно участвую в жизни прихода, общины (например, во взаимопомощи, благотворительной деятельности и т.п.)».

Доверие и оптимизм либо пессимизм в отношении личного ближайшего будущего. Этот показатель оценивался при помощи вопроса «*Когда Вы думаете о Вашем личном ближайшем будущем, какое чувство Вы испытываете — оптимизм, пессимизм или и то и другое в равной степени?*». «Оптимисты» (28%) чаще «пессимистов» (16%) уверены, что большинству людей можно доверять, и реже считают, что с людьми следует быть осторожнее (68% против 82).

В представлениях о том, как изменилось доверие между людьми за последние годы, также обнаружено различие между оптимистами и пессимистами. Пессимисты чаще говорят, что за последние годы люди стали реже доверять друг другу (77% у пессимистов против 61% у оптимистов).

В оценках степени доверия в ближайшем окружении респондента обнаружена та же закономерность, что и в отношениях между людьми вообще. Оптимисты (64%) несколько чаще пессимистов (47%) уверены, что большинству окружающих можно доверять. Пессимисты (49%) же, напротив, чаще оптимистов (32%) уверены, что и в отношениях с окружающими следует быть осторожными.

Таким образом, можно считать подтвержденным предположение о существовании некоторого личностного ресурса жизнестойкости, повышающего доверие к людям. Это согласуется также с описанными выше данными о том, что более высокое образование и связанная с ним *социальная компетентность* также повышают доверие к людям, то есть также *вносят вклад в ресурс жизнестойкости и жизнеспособности человека*. В то же время мы увидели, что наивность, отсутствие жизненного опыта, необразованность, жизнь и деятельность в относительно стабильных

условиях, в условиях низкой конкуренции и рисков также повышают доверие к людям, но совсем по другим причинам.

Полученные данные позволили в некоторой степени прояснить те факторы, которые определяют доверие к людям. Однако не менее важно понять, каким образом *уровень доверия определяет гражданскую позицию и общественную активность респондентов*. С этой целью мы провели сравнительный анализ респондентов по целому ряду показателей.

Доверие и гражданская идентичность. Обнаружена некоторая связь между склонностью доверять другим людям и гражданской идентичностью респондентов (см. табл. 5). Те, кто «в полной степени» ощущают себя гражданином своего государства, чаще уверены в том, что большинству людей можно доверять.

Таблица 5

Распределение ответов на генерализованный вопрос «*Как Вы считаете, большинству людей можно доверять, или в отношениях с людьми следует быть осторожными*» в зависимости от самоощущения респондентов гражданами своего государства (% опрошенных)

	Население в целом	**В какой степени Вы ощущаете себя гражданином своего государства?**				
		Ощущаю в полной степени	**Скорее ощущаю**	**Скорее не ощущаю**	**Абсолютно не ощущаю**	**Затрудняюсь ответить**
Большинству людей можно доверять	22	28	20	15	20	18
В отношениях с людьми следует быть осторожными	75	68	76	83	78	75
Затрудняюсь ответить	4	4	4	3	2	7

Интересно, однако, что минимальные значения доверия у людей с невыраженной гражданской идентичностью — у тех, кто «скорее не ощущает» себя гражданином. У тех же, кто «абсолютно не ощущает» себя гражданином, показатели доверия чуть выше и сопоставимы с теми, кто выбрал вариант ответа — «скорее ощущаю» себя гражданином.

Аналогичная нелинейная зависимость имеет место и в отношении лично знакомых людей. Те, кто «в полной степени» ощущает себя гражданином своего государства, чаще уверены в

том, что большинству окружающих можно доверять. Те же, кто «скорее не ощущает» себя таковым, относительно своего окружения придерживаются мнения, что в отношениях с ним следует быть осторожнее (см. табл. 6). У тех, кто «абсолютно не ощущает» себя гражданином, показатели доверия чуть выше и сопоставимы с теми, кто выбрал вариант — «скорее ощущаю» себя гражданином.

Таблица 6

Распределение ответов на вопрос «*А если говорить о людях, которые окружают лично Вас, то большинству из них можно доверять или в отношениях с ними следует быть осторожными?*» в зависимости от самоощущения респондентов гражданами своего государства (% опрошенных)

	Население в целом	В какой степени Вы ощущаете себя гражданином своего государства?				
		Ощущаю в полной степени	Скорее ощущаю	Скорее не ощущаю	Абсолютно не ощущаю	Затрудняюсь ответить
Большинству можно доверять	55	62	56	43	53	56
Следует быть осторожными	39	33	39	51	42	35
Затрудняюсь ответить	6	5	6	6	5	10

Несколько иная закономерность (близкая к линейной) обнаружена в представлениях о переменах за последние годы в степени доверия людей друг другу. Те, кто «скорее не ощущает» или «абсолютно не ощущает» себя гражданином своего государства, чаще считают, что люди стали меньше доверять друг другу (74%) по сравнению с теми, кто «в полной степени» и «скорее ощущает» себя гражданином (64 и 67% соответственно).

Выявленный в двух первых случаях характер взаимосвязи доверия и гражданской идентичности, а именно наименьшие значения доверия у тех, кто имеет невыраженную гражданскую идентичность, может говорить, в частности, о том, что это люди неопределившиеся, с неустойчивой позицией в обществе, слабо связанные с социумом, «потерянные». Те же, кто имеет более четкую гражданскую позицию независимо от ее знака (как признающие, так и не признающие себя гражданином), более уверены в себе и, соответственно, в большей степени способны строить взаимоотношения с окружающими людьми на основе доверия.

Доверие и оценка себя как общественно активного человека. Те, кто представляет себя как общественно активного человека, чаще (26%) тех, кто не может о себе этого сказать (19%), уверены, что большинству людей можно доверять. Соответственно, общественно активные респонденты реже отмечают, что с окружающими людьми следует быть осторожными (70% против 77).

В вопросе о переменах в доверии между людьми не обнаружилось значимых различий между «общественно активными» респондентами и теми, кто не может этого о себе сказать. Но в вопросе о доверии лично знакомым людям такие различия обнаружились. Те, кто считает, что может сказать о себе, что он общественно активный человек, чаще (59%) своих антиподов (54%) уверены, что большинству окружающих можно доверять.

Доверие и опыт участия в добровольчестве. Результаты позволяют предположить, что опыт участия в общественно полезной деятельности, в частности в добровольчестве, связан с доверием к другим людям. Те, кому приходилось что-либо делать за последний год безвозмездно для других, чаще (24%) тех, кому этого делать не приходилось (19%), уверены, что большинству людей можно доверять. Среди тех, кто участвует в добровольчестве, соответственно, меньше считающих, что с людьми следует быть осторожнее (72% против 77).

Та же закономерность обнаружена и в отношении людей из ближайшего окружения. Люди, имеющие опыт общественной деятельности на благо других людей, чаще (58%) уверены в том, что большинству окружающих можно доверять, чем те, кто в такой деятельности не участвовал (53%).

Доверие и склонность помогать окружающим. Респонденты, неготовые делать денежные пожертвования ни на какие нужды, даже при условии наличия необходимого для этого дохода, чаще, чем опрошенные в целом, проявляют низкий уровень доверия даже к тем, кто окружает их лично. Больше половины из тех, кто не готов делать денежные пожертвования (55%), считают, что в отношениях с людьми их окружения стоит быть осторожными, тогда как по всей выборке такого мнения придерживаются 39%. И только 37% опрошенных полагают, что большинству окружающих их людей можно доверять (против 55% по населению в целом). Данные показывают, что доверяющие людям отличаются

большей склонностью к состраданию и социальной ответственности, особенно по отношению к инвалидам и пожилым людям. Вполне закономерно, что те, кто доверяют людям, отличаются также бóльшим доверием к посредникам, через которых эта помощь может быть оказана, особенно, благотворительным организациям и социальным службам.

Красноречивы различия ответов на вопрос «*Скажите, пожалуйста, Вы хотели бы в ближайшие два-три года принять участие в деятельности каких-либо общественных объединений, гражданских инициатив, некоммерческих организаций? Если да, то, в каких формах Вы могли бы участвовать?*» Те, кто не доверяют людям, превосходят доверяющих по одному показателю — по готовности работать за плату и уступают по многим другим, например, по готовности быть членом организации, участником инициативы, работать добровольцем (безвозмездно), не получая денег за свой труд, участвовать в собраниях, конференциях, отдельных мероприятиях, помогать деньгами и пожертвованиями.

Доверие и принятие помощи со стороны окружающих. Приведенные выше данные о готовности респондентов помогать окружающим интересно сопоставить с готовностью принимать помощь в тяжелой ситуации. Готовность принять помощь близкого окружения значимо выше у тех, кто склонен доверять людям (89% в полной и значительной степени готовы положиться на родственников и 77% — на друзей и знакомых). Среди тех, кто не склонен доверять людям, в полной и значительной степени готовы положиться на родственников 82%, а на друзей и знакомых — 56%. Этот результат можно трактовать двояко — и как большую открытость и выраженные позитивные ожидания по отношению к близким людям, и как зависимость от них и даже (в крайних проявлениях) как иждивенческие тенденции. Можно также предположить, что те, кто не доверяют людям, являются более независимыми, автономными или же имеют больше объектов заботы и несут основное бремя ответственности за близких.

К вышесказанному стоит добавить, что выявленная склонность доверяющих людям к принятию помощи в тяжелой ситуации распространяется также на помощь незнакомых людей, побывавших в подобной ситуации, помощь сотрудников общественных организаций, участников инициативных групп, волон-

теров и на помощь работников государственных учреждений, социальных служб.

Доверие и стиль потребления. Анализ особенностей доверия другим людям в зависимости от стиля жизни респондентов оценивался нами на основании Признака «Люди-21». Этот признак был разработан и апробирован Фондом «Общественное мнение» и показал свою дискриминационную способность во многих исследованиях [Петренко, 2010; Петренко, Каплун, 2011]. «Люди-21» — это индивиды, которые в обыденной жизни ведут мониторинг возможностей, предоставляемых институтами, осваивают новые социальные практики. «Людей-21» следует рассматривать в качестве особой группы социальных активистов, по своим характеристикам существенно отличающихся от остального населения России. Они проектируют свое будущее и проявляют способность к осознанному накоплению и мобилизации социальных и материальных ресурсов, демонстрируют самостоятельность и социальную устойчивость. ФОМ-тест «Люди-21» использовался в качестве инструмента для решения проблемы «неоднородности» стилей жизни респондентов. Базой для описания стилей жизни россиян послужила структура пространства инновационных потребительских практик, которые формируются сегодня в российском социуме. Это могут быть вещи, услуги, развлечения, которые появились сравнительно недавно (фитнес, косметические салоны, ценные бумаги, акции, Интернет, смартфон и т.п.), либо еще недавно бывшие недоступными для среднего россиянина (услуги, предоставляемые банками частным лицам: депозиты, потребительские кредиты и т.п.).

Признак формируется на основании ответов на вопрос «*Посмотрите, пожалуйста, на карточку и скажите, что из перечисленного Вам доводилось делать за последние два-три года?*». В качестве вариантов ответов предлагались следующие практики: 1) брать кредит в банке, 2) покупать товары в кредит, 3) работать за компьютером, 4) пользоваться Интернетом, вести переписку по электронной почте, 5) водить автомобиль, 6) ездить за границу, 7) расплачиваться за товары и (или) услуги при помощи пластиковой карточки, 8) иметь дело с иностранной валютой, 9) пользоваться услугами косметических салонов, 10) пользоваться услугами домработницы, помощницы по хозяйству, няни,

сиделки, 11) летать самолетами, 12) приобретать спортивные товары и (или) туристическое снаряжение, 13) заниматься в фитнес-центре, спортивном клубе, 14) вкладывать деньги в акции, ценные бумаги, 15) пользоваться услугой доставки товаров на дом, 16) получать дополнительное образование, повышать квалификацию, 17) пользоваться мобильным телефоном, 18) пользоваться смартфоном. «Люди-21» отбирались в случае выбора респондентом более пяти из перечисленных позиций.

На основе ответов на вопрос сформированы четыре группы: «деловые люди»; «обитатели Интернета»; «заемщики»; «аутсайдеры». Описание схемы формирования групп по признаку «Люди-21»:

- «деловые люди» — это те, кто обязательно выбирали вариант 6 («ездить за границу») плюс, возможно, другие практики;
- «компьютерные фанаты» — отбрасывались все «деловые люди», из оставшихся отбирались те, кто обязательно выбрал варианты 3 или 4 (то есть те, кто не ездит за границу, но обязательно пользуется Интернетом, плюс, возможно, другие практики);
- «заемщики» — отбрасывались все «деловые люди» и «компьютерные фанаты», из оставшихся отбирались те, кто обязательно выбрал вариант 1 или 2 (то есть те, кто не ездит за границу и не пользуется компьютером, но обязательно освоил кредитные практики, плюс, возможно, какие-то еще практики);
- «аутсайдеры» — те, кто не ездит за границу, не пользуется Интернетом и не берет кредиты.

Использование метода социографии позволило получить отчетливую картину четырех групп. По сути своей это три поколения, но четыре стиля потребления. «Аутсайдеры» — это представители старшего поколения, придерживающиеся традиционного стиля потребления. «Заемщики» — в большинстве своем люди среднего возраста, «мигрирующие» от традиционного к современному стилю потребления. Некоторые из новых потребительских практик они освоили легко и с удовольствием, другие для них привлекательны, но вызывают некоторые опасения, возможности третьих неприемлемы или просто не осознаны ими до конца. «Обитатели Интернета» — это поколение молодых с современным стилем потребления. Их отличие от следующей

группы заложено в самом названии. «Дети Сети», «интернет-серферы», «активные блоггеры» — Интернет играет существенную роль в стиле их жизни. «Деловые люди» — это тоже представители молодого поколения с современным стилем потребления. В отличие от предыдущей группы, Интернет для них не более чем один из инструментов, равнозначный, скажем, кредитной карточке или деловому завтраку.

Представители типа «деловые люди» чаще уверены в том, что большинству людей можно доверять, — 25%, тип «заемщик» имеет минимальные значения среди других групп по вопросу доверия людям вообще — 18%. Соответственно, противоположного мнения — что в отношениях с другими людьми следует быть осторожнее — чаще придерживаются «заемщики» — 78%, у «деловых людей» этот показатель — 73%. Группа «заемщики» продемонстрировала и более скептические представления о том, как изменились отношения между людьми за последние годы. Они чаще представителей других групп полагают, что люди стали меньше друг другу доверять (73%), тогда как среди «деловых людей» так считают 68%.

Разумеется, представленный вариант типологического анализа является упрощенным, поскольку базируется на ограниченном числе переменных. Попытка типологизировать наших граждан на более широком основании может быть продолжена на основании представленных ниже результатов.

Социальные, экономические и психологические детерминанты доверия. На основании обобщения представленных выше данных можно сделать заключение, что уровень доверия к другим людям отличается у различных категорий населения, однако он подчиняется некоторым общим закономерностям, которые могут быть выявлены в ходе комплексного анализа социальных, экономических и психологических переменных.

В табл. 7 обобщены выявленные выше особенности этих переменных у респондентов «доверяющих людям» и «не доверяющих людям». В ней представлены только те характеристики и уровни их выраженности, по которым «доверяющие» и «недоверяющие» значимо различаются, то есть те, что однозначно влияют на оценки доверия к людям вообще.

Таблица 7

Особенности социальных, экономических и психологических переменных у респондентов «доверяющих людям» и «не доверяющих людям»

	Не доверяющие людям	**Доверяющие людям**
Образование		Ниже среднего / Высшее
Доход	Ниже 6 тыс. руб.	
Самооценка покупательских возможностей	Не хватает денег даже на питание / Денег хватает и на автомобиль	
Вид деятельности	Руководители / Безработные / Рабочие	Студенты
Тип населенного пункта	Города менее 50 тыс., ПГТ/ Москва	Города 1 млн жителей и более
Федеральный округ	Дальневосточный и Уральский федеральные округа	Северо-Западный федеральный округ
Отношение к религии		Религиозность
Оптимизм-пессимизм		Оптимизм
Гражданская идентичность	Скорее не выраженная гражданская идентичность	
Самооценка общественной активности		Высокая самооценка общественной активности
Опыт участия в общественно полезной деятельности		Имеется опыт участия в общественно полезной деятельности
Готовность помогать окружающим	Нет готовности делать вклады, пожертвования ни на какие нужды, даже при условии наличия необходимого для этого дохода	
Готовность принимать помощь со стороны окружающих	Нет готовности принимать помощь со стороны окружающих	
Стиль потребления	Люди среднего возраста, «мигрирующие» от традиционного к современному стилю потребления	Молодое поколение с современным стилем потребления

Важно, что все представленные переменные не имеют линейной связи с доверием к людям. Проанализировав наиболее типичные сочетания представленных в таблице характеристик, мы сделали попытку описать несколько собирательных образов человека «доверяющего людям» и человека «не доверяющего людям».

Так, «не доверяющие людям» могут быть представлены следующими типичными персонажами:

- Житель Москвы, руководитель, с высоким доходом, неверующий, неготовый принимать помощь от окружающих.
- Житель поселка городского типа, рабочий, проживающий в Дальневосточном или Уральском федеральном округе, среднего возраста, «мигрирующий» от традиционного к современному стилю потребления.
- Безработный, пессимистично воспринимающий свое будущее.
- Человек с невыраженной гражданской идентичностью, не готовый делать вклады, пожертвования ни на какие нужды, даже при условии наличия необходимого для этого дохода.
- Человек с низким уровнем дохода, неверующий, (возможно, БОМЖ или представитель других маргинальных слоев населения).

Типичные образы человека, «доверяющего людям»:

- Человек с образованием ниже среднего, верующий, готовый помогать окружающим людям и принимать от них помощь.
- Житель города с числом жителей более 1 млн, Северо-Западного федерального округа, с высшим образованием, общественно активный.
- Студент, оптимистично воспринимающий свое ближайшее будущее, общественно активный, имеющий опыт участия в общественно полезной деятельности, с современным стилем потребления.

Разумеется, возможны и другие сочетания включенных в анализ характеристик, мы выбрали лишь наиболее узнаваемые образы, у которых особый «симптомокомплекс» социально-демографических, экономических, региональных и других факторов в сочетании с некоторыми личностными особенностями формирует высокое или низкое доверие к окружающим людям. Важно также, что анализ этих гипотетических типов позволяет убедиться в правильности сентенции о том, что один и тот же уровень доверия / недоверия к людям может иметь принципиально разную природу.

Сравнивая представителей различных типов «недоверяющих» мы можем увидеть наиболее характерные особенности доверия / недоверия у разных категорий наших сограждан. Так,

у руководителей предприятий недоверие формируется в ходе их профессиональной деятельности и выполняет защитную функцию, в то время как недоверие безработного отражает его общее негативное отношение к окружающему миру и страх перед будущим. Недоверие представителей замкнутых сообществ имеет традиционную историческую природу и может быть названо «клановым». Недоверие представителей маргинальных и асоциальных групп населения выражает их враждебное отношение к обществу и его рост является тревожным признаком.

По-разному воспринимают мир и различные типы «доверяющих». Доверие студентов пока еще не имеет реальных оснований, поскольку не основано на сколько-нибудь длительном опыте социального взаимодействия. Оно, скорее, выражает их оптимистичную жизненную позицию и открытость миру. Этот тип доверия может быть названо «авансированным». Доверие глубоко верующих людей имеет религиозные основы и, соответственно, может быть назва «богобоязненным». В то время как доверие человека с высоким уровнем образования и выраженной гражданской позицией может быть названо «гуманистическим».

Описанные выше типы являются гипотетическими, и их существование не может быть доказано без эмпирического подтверждения. Поэтому с целью проверки предположения о существовании некоторых устойчивых сочетаний социальных и экономических характеристик респондентов, определяющих предрасположенность к тому или иному типу доверия, мы использовали специальные статистические процедуры. При обработке эмпирических данных был применен алгоритм CHAID — статистический метод, основанный на методе «деревьев классификаций», который позволяет предсказывать принадлежность наблюдений или объектов к тому или иному классу категориальной зависимой переменной в соответствии со значениями одной или нескольких независимых переменных. CHAID-анализ позволяет найти такое сочетание независимых переменных, которое наилучшим образом объясняет различия зависимой (целевой) переменной[1].

[1] Алгоритм проведения CHAID-анализа следующий. Выбираем целевую переменную (зависимую переменную, *Y*). Выбираем предикторы (независимые переменные, *X*). Сначала осущест-

Так, в результате исследования было выявлено, что среди населения России в целом к категории «доверяющих людям» относится 22% граждан. Напомним, что это те, кто, отвечая на вопрос «*Как Вы считаете, большинству людей можно доверять, или в отношениях с людьми следует быть осторожными?*», сказали, что большинству людей можно доверять.

CHAID-анализ показал, что в различных социально-демографических, экономических и психологических группах этот показатель заметно различался. Так, *чаще других говорили о том, что большинству людей можно доверять,* следующие группы граждан, которых мы отнесли к категории «доверяющие людям»:

- Россияне со средним уровнем дохода (когда на одежду, обувь хватает, но крупную бытовую технику купить не можем) или с уровнем дохода выше среднего (когда на бытовую технику хватает, но автомобиль купить не можем; на автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем), которые по возможности выполняют предписания и изредка или регулярно участвуют в богослужениях. В этой категории 36% уверены в том, что другим людям можно доверять. Этот вид доверия может быть охарактеризован как «традиционный».
- Россияне со средним или выше среднего уровнем дохода (см. п. 1), в полной степени ощущающие себя гражданами России и занимающиеся добровольческой работой. Среди них 44% считают, что другим людям можно доверять. Доверие, характерное для этих респондентов может быть названо «гуманистическим».
- Россияне с уровнем дохода ниже среднего (когда на одежду, обувь хватает, но крупную бытовую технику купить

вляется поиск самого сильного фактора, наилучшим образом объясняющего различия зависимой переменной. Перебираются все заданные нами предикторы, ищутся все комбинации значений и находится наилучшее решение, которое максимизирует различия (то есть при котором критерий Хи-квадрат максимальный). Например, оказалось, что самый сильный фактор — это возраст, при этом выделяются четыре возрастные группы. Далее в каждой из этих групп процесс повторяется заново: CHAID вновь перебирает все предикторы и находит оптимальное решение для второго уровня. В каждой из подгрупп процесс происходит независимо. Если в нашем примере первым фактором оказался возраст, далее для людей моложе 30 лет важен пол, а для людей старше 60 лет, скажем, образование. Для всех переменных CHAID автоматически ищет такое наилучшее разбиение, которое гарантирует максимизацию различий по целевой переменной в получившихся подгруппах.

не можем) с неполным средним или ниже образованием, скорее или абсолютно не ощущающие себя гражданами России (38%). Эти респонденты, скорее всего, испытывают «наивное» доверие.

- Россияне, которые в тяжелой ситуации в значительной мере могли бы полагаться как на помощь соседей и родственников, так и на помощь коллег по работе (74%). Эти респонденты располагают сформированным социальным капиталом, их доверие является подлинным и может быть названо «обоснованным».
- Россияне, которые в тяжелой ситуации в значительной мере могли бы полагаться как на помощь соседей, так и на помощь общественных организаций, участников инициативных групп, волонтеров (64%). Такие респонденты могут быть названы, с одной стороны, высоко социально адаптированными, а с другой — их ожидания социальной поддержки могут оказаться нереалистично завышенными.
- Россияне, которые в тяжелой ситуации в значительной мере полагаются на помощь соседей и родственников, при этом или ощущают в полной степени или, напротив, совсем не ощущают себя гражданами России (46%). Для описания этого вида доверия у нас недостаточно данных. Скорее всего, в эту категорию попадают два принципиально различных вида доверия, например, «клановое» и «зрелое» или «гражданское». Возможно, дальнейшие исследования позволят их дифференцировать.

Тех, кто выбрал вариант ответа «в отношениях с людьми следует быть осторожными», мы условно отнесли к группе «не доверяющие людям». Таких оказалось примерно в 3,5 раза больше, чем доверяющих: 75%. CHAID-анализ показал, что и этот показатель заметно различался в различных социально-демографических, экономических и психологических группах. Так, чаще других говорили о том, что *в отношениях с людьми следует быть осторожными* следующие группы граждан:

- Россияне со средним уровнем дохода (когда на одежду, обувь хватает, но крупную бытовую технику купить не можем) или с уровнем дохода выше среднего (когда на бытовую технику хватает, но автомобиль купить не можем; на

автомобиль хватает, но квартиру или дом купить не можем), в полной степени ощущающие себя гражданами России, не занимающиеся добровольческой работой и настроенные пессимистично относительно своего ближайшего будущего. В этой категории респондентов все 100% считают, что с людьми следует быть осторожными. Вероятно, недоверие к людям со стороны представителей этой категории связано с разочарованием в жизни, потерей идеалов и веры в людей.

- Россияне, которые в тяжелой ситуации в незначительной мере могли бы полагаться на помощь соседей, друзей и знакомых, с низким уровнем дохода (когда денег не хватает даже на питание; на питание денег хватает, но одежду, обувь купить не можем) или со средним уровнем дохода (когда на бытовую технику хватает, но автомобиль купить не можем), составляют 94% опрошенных. В этой категории, скорее всего, недоверие вызвано тем, что человек по какой-то причине отвергаем социумом или сам избегает его.
- Россияне, которым не хватает денег даже на питание. В этой категории не доверяющих людям — 91%. Такое недоверие основано на материальной депривации и вполне закономерно для людей, находящихся на грани выживания.

Таким образом, можно считать доказанной гипотезу о том, что на российском пространстве представлены принципиально различающиеся по своей природе виды доверия. Соответственно, интересно хотя бы примерно оценить долю респондентов, склонных к тому или иному виду доверия или недоверия. Статистические данные, которые характеризуют эти результаты, представлены в табл. 8.

Приведенные данные демонстрируют, что 12% россиян испытывают недоверие к людям по причине своего тяжелого материального положения. А другая значительная часть респондентов — 24% (что составляет 94% от 26% выборки) — испытывает недоверие, находясь в добровольной или вынужденной изоляции от общества. Не имеет значения реальной или воображаемой является эта изоляция, важно, что респонденты ощущают свою отстраненность или одиночество.

Таблица 8

Доля общей выборки для категорий респондентов, склонных к различным видам доверия и недоверия

Виды доверия и недоверия	Доля общей выборки (%)
Чаще «доверяющие людям»	
Традиционный вид доверия Россияне со средним уровнем дохода (когда на одежду, обувь хватает, но крупную бытовую технику купить не можем) или с уровнем дохода выше среднего (когда на бытовую технику хватает, но автомобиль купить не можем; на автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем), которые по возможности выполняют предписания и изредка или регулярно участвуют в богослужениях (36)	17
Гуманистический вид доверия Россияне со средним или выше среднего уровнем дохода (см. п.1), в полной степени ощущающие себя гражданами России и занимающиеся добровольческой работой (44)	9
Наивный вид доверия Россияне с уровнем дохода ниже среднего (когда на одежду, обувь хватает, но крупную бытовую технику купить не можем), с неполным средним или ниже образованием, скорее или абсолютно не ощущающие себя гражданами России (38)	1
Чаще «не доверяющие людям»	
Вид недоверия, основанный на разочаровании в жизни Россияне со средним уровнем дохода (когда на одежду, обувь хватает, но крупную бытовую технику купить не можем) или с уровнем дохода выше среднего (когда на бытовую технику хватает, но автомобиль купить не можем; на автомобиль хватает, но квартиру или дом купить не можем), в полной степени ощущающие себя гражданами России, не занимающиеся добровольческой работой и настроенные пессимистично относительно своего ближайшего будущего (100)	1
Вид недоверия, основанный на социальной изоляции или мизантропии Россияне, которые в тяжелой ситуации в незначительной мере могли бы полагаться на помощь соседей, друзей и знакомых, с низким уровнем дохода (когда денег не хватает даже на питание; на питание денег хватает, но одежду, обувь купить не можем) или со средним уровнем дохода (когда на бытовую технику хватает, но автомобиль купить не можем) (94)	26
Вид недоверия, основанный на материальной депривации Россияне, которым не хватает денег даже на питание (91)	12

Важно понимать, что каждый из перечисленных категорий людей, демонстрирующих тот или иной вид доверия или недоверия, будет особым образом реагировать на изменения общественной жизни и социально-экономических условий. То, что

у одной группы населения способно вызывать рост уровня доверия, у другой — снизит его. Это касается любых изменений, даже позитивных и прогрессивных для всего общества в целом. Например, бурный экономический рост вдохновит образованную молодежь, но будет восприниматься настороженно простыми рабочими из ПГТ и другими консервативно настроенными категориями граждан.

Таким образом, доверие к другим людям у разных категорий населения имеет разную природу, выполняет разные функции в их жизни и по-разному преломляет происходящие в обществе изменения. В известной степени можно говорить о «хорошем» (прогрессивном) и «плохом» (регрессивном) доверии, так же как и о «хорошем» и «плохом» недоверии. Разумеется, такая оценка возможна только при четко заданной системе координат, включающих цели заинтересованных сторон, систему их ценностей и приоритетов. Таким образом, несмотря на то что оценка доверия в терминах «хорошего» и «плохого» весьма условна и относительна, представленные результаты показывают, что нельзя ограничиваться только количественной оценкой доверия без учета его качественной стороны.

Это приводит нас к вполне ожидаемому результату: индекс доверия, который традиционно оценивается по ответу на вопрос «большинству людей можно доверять», усредняет различные виды доверия и не позволяет оценивать реальную картину состояния общества, особенно в такой большой и полиментальной стране, как Россия. Это заставляет искать другие способы оценки доверия в обществе. Какой же выход может быть предложен? Нам он видится в расчете отдельных индексов доверия по различным наиболее типичным категориям граждан. Эти категории могут определяться целями конкретного исследования и должны строиться на основании данных о том, какое сочетание социально-демографических, экономических, региональных и личностных факторов предопределяет преобладание того или иного вида доверия / недоверия: традиционного (кланового), гуманистического, гражданского, авансированного, делового и т.д. Данные, полученные в ходе нашего эмпирического исследования, задают вполне конкретные ориентиры для категоризации населения России по преобладающему виду доверия. В дальнейших

исследованиях будет предпринята попытка раздельного анализа индекса доверия для наиболее значимых и типичных категорий граждан.

Заключение

Представленное выше теоретико-эмпирическое исследование было посвящено поиску ответа на фундаментальный вопрос — что именно позволяет измерить вопрос о доверии людям вообще? В ходе анализа данных нашего эмпирического исследования было выполнено сопоставление социально-демографических, экономических и психологических характеристик респондентов, склонных доверять или не доверять людям. Результаты подтвердили, что социально-экономические условия проживания, различная деловая культура и традиции являются значимыми факторами в распространении доверия к людям. Можно предположить, что важными являются также такие факторы, как темпы экономического развития, уровень коррупции и криминальная обстановка в регионе. Наиболее развитые регионы предоставляют больше возможностей для развития субъекта, однако они же таят в себе много опасностей и «ловушек для простаков» — деятельность в этих условиях сопряжена с большой совокупностью рисков и отличается высоким уровнем конкуренции.

Безусловно, важными регуляторами, способными в той или иной степени нейтрализовать влияние окружающих условий, являются определенные личностные свойства конкретного человека, формирующие ресурс его жизнестойкости. В их ряду можно назвать религиозность и оптимизм. Более высокое образование и связанная с ним социальная компетентность также повышают доверие к людям, то есть также вносят вклад в жизнестойкость и жизнеспособность человека. В то же время наивность, отсутствие жизненного опыта, необразованность, жизнь и деятельность в относительно стабильных условиях, в условиях низкой конкуренции и рисков также повышают доверие к людям, но это доверие совсем иного рода. Таким образом, доверие к другим людям у разных категорий населения имеет разную природу, выполняет разные функции в их жизни и по-разному преломляет происходящие в обществе изменения.

Показатель доверия к людям вообще в его традиционном понимании усредняет различные виды доверия и не позволяет оценивать реальную картину состояния общества, особенно в такой большой и полиментальной стране, как Россия. Выход из положения нам видится в расчете отдельных индексов доверия по различным наиболее типичным категориям граждан, того или иного вида доверия / недоверия: наивного, традиционного (кланового), гуманистического, гражданского, авансированного, делового и т.д. Мониторинг доверия в этом случае должен включать дифференцированные оценки этих видов. Так, например, рост делового недоверия у наиболее экономически активных групп населения может быть оценен как позитивная тенденция для общества, а рост недоверия маргинальных слоев — как негативная. Соответственно, различными для разных категорий населения должны быть и программы формирования оптимального баланса доверия / недоверия в обществе.

© *Мерсиянова И.В., Купрейченко А.Б., 2013*

Глава 2. Доверие и недоверие: содержание, соотношение, направленность

Введение

Многочисленные исследования последних лет посвящены актуальным проблемам исследования доверия, в частности: типам и видам, динамике, социально-психологическим функциям, последствиям и эффектам доверия, его взаимосвязи с различными феноменами жизнедеятельности личности и группы (см.: [Антоненко, 2004; Данкин, 2000; Журавлев, Купрейченко, 2012; Скрипкина, 2000; Эриксон, 1996; Handbook of trust research, 2006; Hosmer, 1995; Luhmann, 1979; McAllister, 1997; Reina, Reina, 2011; Rousseau, Sitkin, Burt, 1998] и др.). В это же время интерес исследователей стало вызывать также и недоверие как относительно самостоятельный феномен (см.: [Говир, 1994; Еремичева, Симпура, 1999; Купрейченко, 2006; 2008; Минина, 2004; Купрейченко, Табхарова, 2007; Табхарова, 2008; Cook, 1998; Distrust, 2004; Govier, 1994; Kramer, 1999; Lewicki, Mcallister, Bies, 1998; Macedo, 2000; Mishler, Rose, 1997; Montpetit, 2003; Sztompka, 1998; Trust and Distrust.., 2004; Trust and Distrust.., 2007; Worchel 1979]).

Недоверие возникает между субъектами, для которых характерны различия, а зачастую и противоречия целей и ценностей, норм и правил поведения. Взаимодействие таких субъектов нередко проходит в условиях высокой неопределенности, при отсутствии регламентации и возможности контроля. В таких условиях все более перспективной формой взаимоотношений становится баланс оптимальных уровней доверия и недоверия. Подобные тенденции общественной жизни определяют высокую актуальность *совместного анализа доверия и недоверия* как относительно независимых феноменов, выполняющих специфичные функции в регуляции жизнедеятельности личности и группы. Этот совместный анализ и выступил целью нашего исследования.

В ходе теоретико-эмпирического анализа мы проведем разграничение признаков и оснований доверия и недоверия, определим их позитивные и негативные функции, а также выполним анализ основных причин возникновения амбивалентности, то есть одновременного существования доверия и недоверия.

Эмпирическое исследование, представленное в данной главе, посвящено выявлению сходства и различий критериев доверия и недоверия в деловых отношениях. Одной из его задач также выступал поиск взаимосвязи доверия и недоверия с готовностью к соблюдению нравственных норм. Решение этой задачи приближает нас к раскрытию ряда механизмов нравственно-психологической регуляции социального поведения. Логично предположить, что этичный или неэтичный поступок одного из субъектов взаимодействия, обусловленный соответствующим отношением к соблюдению нравственных норм, может оказать влияние на доверие или недоверие партнеру. Одновременно доверие или недоверие субъекта к другому человеку определяет отношение к соблюдению нравственных норм.

В связи с этим важно также понять, что в большей степени определяет это отношение — собственное доверие или воспринимаемое субъектом доверие партнера, а также собственное или воспринимаемое недоверие. Таким образом, еще одним значимым параметром нашего исследования выступает направленность или вектор доверия и недоверия.

Теоретический анализ соотношения доверия и недоверия

Основные признаки, дифференцирующие доверие и недоверие. В работах отечественного историка и социального психолога Б.Ф. Поршнева предложены некоторые основания для разведения их содержания и происхождения [Поршнев, 1965; 1972]. Отвергая представление о том, что доверие есть всего лишь отсутствие недоверия, ученый отмечает, что эти явления могут существовать в один и тот же момент времени. Используя аналогию с законом обратной индукции возбуждения и торможения в физиологии высшей нервной деятельности, Поршнев считает, что основанная на доверии суггестия, сила прямого влияния слова на психику, индуцирует (хоть и далеко не столь автоматически)

ограждение, складывающееся из разных психических механизмов [Там же]. Выработка этих средств отпора совершается на протяжении всей истории человечества. Недоверие и есть первый феномен из серии этих охранительных психических антидействий. Понимая доверие как предрасположенность к внушению и зависимости от другого, Б.Ф. Поршнев отмечает, что «зависимость» (суггестия) первичнее, материальнее, чем «внутренний мир одиночки» [Поршнев, 1972]. По его мнению, недоверие есть отношение, формирующее внутренний мир человека, — психическая независимость достигается противодействием зависимости. Таким образом, способность не доверять наряду со способностью доверять — онтогенетически и филогенетически одно из древнейших образований.

Подобный взгляд, по нашему мнению, способен расширить заложенные Э. Эриксоном и ставшие традиционными представления о формировании базового доверия на ранних стадиях онтогенеза [Эриксон, 1996]. Можно высказать гипотезу, что базовое доверие (ощущение единства, тождественности с матерью) — это то, с чем ребенок входит в мир. Продолжая аналогию Б.Ф. Поршнева, следует предположить, что оно первичнее ощущения независимости. Отделение от матери и одновременное вхождение в мир (открытость ему) нарушает привычный комфорт младенца в утробе матери, вызывает ряд неприятных ощущений, которые и формируют в конечном итоге чувство физических границ с матерью и окружающим миром. Постепенно ребенок научается находить источники приятных ощущений и избегать неприятных, то есть *делать правильный выбор в пользу приближения и единства или в пользу избегания и враждебности*. За первым выбором стоит умение «впускать мир в себя» и «отпускать в мир свое». За вторым — способность защититься от неприятного внешнего воздействия. *Инстинкт самосохранения* (стремление защитить собственные границы от разрушающего воздействия), по своей сути*, является проявлением базового недоверия личности.* Базовое недоверие — ощущение небезопасности окружающего мира и стремление к избеганию неприятных факторов среды возникает на ранних стадиях онтогенеза как закономерное следствие базового доверия, с которым ребенок приходит в мир.

Таким образом, на начальном этапе развития личности формируются навыки в определенной пропорции доверять и не доверять миру. Это сочетание открытости миру и закрытости от него, по нашему мнению, и есть подлинная автономность. То есть именно то новообразование, которое формируется на первой стадии психосоциального развития личности, названной Э. Эриксоном «краеугольным камнем жизнеспособности личности» [Эриксон, 1996]. Автономность человека, в числе других элементов, включает осознание им границ собственного *Я*, своего психологического пространства и границ окружающего мира. Опасения, связанные с вторжением окружающих людей в эти границы, а также опасения, связанные с нарушением субъектом границ окружающего мира и других людей, являются основой недоверия. Основанием доверия выступают ожидания пользы (доброго и справедливого отношения) от тех, кому личность открывает границы собственного психологического пространства, или тех, чьи границы она нарушает.

Анализ происхождения доверия и недоверия вплотную подводит нас к рассмотрению функций, которые выполняют эти явления в жизни субъекта. Их подробному анализу посвящен отдельный параграф в специальной работе [Купрейченко, 2008]. Здесь же отметим, что доверие и недоверие выполняют ряд сходных функций — регулируют отношения с окружающим миром, воспроизводят социально-психологическое пространство человека и др. В то же время можно выделить функции, специфичные для доверия и недоверия. Благодаря доверию субъект вступает во взаимодействие с миром, познает и преобразует его и себя. Таким образом, именно доверие создает условия для *развития* субъекта. Недоверие же способствует *сохранению* субъекта и его социально-психологического пространства. В этом проявляется его защитная функция. Таким образом, еще одной характеристикой, способной развести доверие и недоверие, является «ориентация на развитие — ориентация на сохранение».

Динамический баланс доверия и недоверия личности есть результат влияния двух взаимосвязанных факторов: «притяжение — избегание» и «приятно — неприятно». Интересные объекты при сближении вызывают у ребенка разные ощущения и эмоции, формируя представление о приятном или неприятном

(опасном). На следующих стадиях развития, наряду с фактором «приятно — неприятно», значимыми становятся также показатели «полезно — вредно», «плохо — хорошо», «нравственно — безнравственно». Эту группу факторов можно условно объединить под названием «ожидание добра — опасение зла». Значимость каждого из входящих в эту группу факторов для построения отношений доверия / недоверия определяется целым спектром личностных, социально-демографических, социокультурных, ситуативных и других детерминант.

Таким образом, наиболее значимыми факторами, по которым возможно развести феномены доверия и недоверия, мы считаем: «притяжение — избегание», «ожидание добра (пользы) — опасение зла (вреда)». Эти факторы являются в значительной степени взаимосвязанными и в предельном случае (под влиянием социальной ситуации, личностных особенностей и т.д.) они могут сливаться в единый фактор — «доверчивость — подозрительность (недоверчивость)». Именно этот частный случай и выступал основой теоретической модели, которая долгие годы была наиболее принятой в социальных науках, — модели противопоставления и взаимоисключения доверия и недоверия. До сих пор большое число исследователей определяют доверие как уверенно позитивные или оптимистические ожидания относительно поведения другого, а недоверие как уверенно негативные ожидания [Антоненко, 2004; Скрипкина, 2000; Mcallister, 1997; Rousseau et al., 1998]. Таким образом, эти авторы считают, что доверие касается ожиданий вещей, на которые надеются, а недоверие — ожиданий вещей, которых боятся.

По нашему мнению, далеко не всегда доверие представляет позитивные ожидания. Доверяя человеку, мы принимаем от него не только позитивные, но и негативные оценки собственного поведения, а также неприятные для нас, но справедливые поступки (например, наказание). Незаслуженная похвала в большей степени способна поколебать доверие, нежели неприятное, но обоснованное замечание. В свою очередь, и добро, идущее от человека, которому мы не доверяем, становится основой для еще больших подозрений. Особенно если мы ничем не заслужили подобное хорошее отношение. Существуют мудрые изречения, раскрывающие истинное значение этого «блага»: «Бесплатный

сыр бывает только в мышеловке», «Бойтесь данайцев, дары приносящих». Таким образом, можно выделить признаки, которые более надежно, нежели позитивные и негативные ожидания, позволяют развести доверие и недоверие. Таковыми, по нашему мнению, выступают ожидание пользы (признак доверия), в том числе в форме порицания, ограничения или наказания, и ожидание вреда (признак недоверия), в том числе и в форме незаслуженного вознаграждения, лести, услужливости и т.д.

Можно видеть, что среди основных факторов доверия / недоверия имеются конативные, когнитивные и эмоциональные образования. Это позволяет сформулировать определение феноменов доверия и недоверия как психологического отношения с его традиционной структурой, включающей перечисленные компоненты.

Доверие как психологическое отношение включает: интерес и уважение к объекту или партнеру; представление о потребностях, которые могут быть удовлетворены в результате взаимодействия с ним; эмоции от предвкушения их удовлетворения и позитивные эмоциональные оценки партнера; расслабленность и безусловную готовность проявлять по отношению к нему добрую волю, а также совершать определенные действия, способствующие успешному взаимодействию. В свою очередь, недоверие включает: осознание рисков; чувство опасности, страха в сочетании с негативными эмоциональными оценками партнера и возможных результатов взаимодействия; настороженность и напряженность, а также готовность прекратить контакт, ответить на агрессию или проявить опережающую враждебность — нанести «превентивный удар».

Важно отметить, что содержание и степень опасений (недоверия), как правило, не эквивалентны содержанию и уровню надежд (доверия). Известно, что удовольствие от выигрыша всегда ниже, чем огорчение от проигрыша [Канеман, Тверски, 2003]. Этот феномен достаточно хорошо исследован и объясняется тем, что теряем мы нечто уже принадлежащее нам — «свое», а приобретаем то, что еще не включено в это понятие. Поэтому количественно эквивалентные приобретения и потери имеют различную психологическую значимость. Однако относительно доверия и недоверия существует еще один важный аспект. То, что мы теряем,

зачастую не является даже по объективным оценкам эквивалентом того, что мы рассчитываем приобрести в результате взаимодействия, — предмет доверия неэквивалентен предмету недоверия.

Пояснить сказанное можно на следующем примере. Так, для многих людей, аргументами в пользу брака являются ожидания понимания, любви, комфорта и т.д. (характеристика высокого доверия). У других людей ожидания перечисленных ценностей в семейной жизни не высоки, и это не вызывает у них особого беспокойства (среднее или низкое доверие). Однако если брак окажется неудачным, потери окажутся более существенными. Утраченными могут оказаться вера в людей, надежды на будущее, круг общения, социальный статус, материальные блага. Субъект, который заблаговременно задумывается над этим, испытывает высокое недоверие. Тот, кто почти не думает об этом, — низкое недоверие. Эти особенности доверия и недоверия позволяют по-новому взглянуть на проблему способов и приемов формирования доверительных отношений. Как следует из сказанного, представляется бесполезным бороться с недоверием, увеличивая весомость выгод и благ, которые субъект может приобрести в результате доверия (самораскрытия). Снизить недоверие могут лишь некоторые гарантии (брачный контракт, сохранение раздельных кругов общения и т.д.). Точно так же скидки на билеты или повышение комфортабельности авиалайнеров не способны снизить недоверие к воздушному транспорту.

Таким образом, высокое доверие означает ожидание значительного блага, а низкое — невысокие ожидания. Высокое недоверие проявляется в виде опасений больших потерь. Низкое недоверие характеризуется невыраженными опасениями. При этом *приобретения от оправдания доверия и потери в результате подтверждения недоверия в большинстве случаев ни качественно, ни количественно, ни тем более психологически не являются эквивалентными.* Если ожидания доверия не оправдаются, ничего страшного не произойдет — мы просто не получим «выигрыш». Если же подтвердятся ожидания недоверия, то, впустив на свою «территорию» опасного партнера, мы можем потерять нечто высоко значимое.

Образно проблему доверия / недоверия можно представить как «дилемму мыши перед мышеловкой». В случае оправдания

доверия она получает кусочек сыра, в случае же подтверждения недоверия — теряет жизнь. Предметом доверия выступает сыр, предметом недоверия (ставкой) — жизнь. Увеличение веса сыра повысит доверие, но снизить недоверие может только ржавчина на мышеловке или что-то подобное.

Высказанные выше предположения, несомненно, нуждаются в проверке. Нами было получено определенное их подтверждение в ходе эмпирических исследований феноменов доверия и недоверия к другим людям, результаты которых представлены ниже. Так, некоторые выделенные факторы, определяющие различия между людьми в выборе критериев доверия и недоверия согласуются с предложенной выше моделью базового доверия и недоверия. Это, в частности, факторы веры в силу добра, отношения к нравственности и безнравственности партнера, а также факторы настороженного отношения к внешним признакам неблагополучного человека или «чужака» (непонятного, неизвестного).

Амбивалентность доверия и недоверия. Еще одним вопросом, вызывающим интерес современных исследователей, является анализ условий, при которых возможно сосуществование доверия и недоверия в межличностных и организационных отношениях. В работе Р. Левицки, Д. МакАллистера и Р. Биса отмечается, что доверие и недоверие не являются противоположными концами единого континуума [Lewicki, Mcallister, Bies, 1998]. Это означает, что субъекты способны одновременно доверять и не доверять друг другу. Основаниями подобного подхода эти авторы называют современные социально-психологические исследования *отделимости и одновременного существования позитивно-валентных и негативно-валентных аттитюдов* [Cacioppo, Berntson, 1994; Petty et al., 1997]. Результаты исследований позитивных и негативных чувств показывают, что они существуют, скорее, как двухполюсные конструкты [Burke et al., 1989; Watson, Tellegen, 1985]. В таком случае позитивная аффективность (радость, восторг, любовь, счастье) не антонимична высоко негативной аффективности (страданию, презрению, испугу, ненависти и т.д.).

Другие авторы сделали схожие выводы, продемонстрировав отделимость позитивно-валентного и негативно-валентного конструктов, для оптимизма / пессимизма [Stallings et al., 1997],

межрасовых аттитюдов [Katz, Hass, 1988; Katz et al., 1986; Patchen et al., 1976]. Существуют аналогичные эмпирические исследования некоторых феноменов, тесно связанных с доверием и недоверием. Так, в ряде работ установлена возможность одновременного ожидания людьми выгоды и ущерба при взаимодействии [Katz, Hass, 1988]. Дж. Пристер и Р. Пети, например, выявили в представлениях личности по отношению к одному и тому же человеку сосуществование чувств любви и ненависти [Priester, Petty, 1996]. На основании этих работ Р. Левицки, Д. МакАллистер и Р. Бис делают заключение о том, что амбивалентность (двойственность) обыкновенна в человеческих отношениях [Lewicki et al., 1998]. Соответственно, амбивалентность доверия и недоверия по отношению к другому человеку также является для большинства людей понятной и естественной.

Кроме того, ряд исследователей показал, что по мере того, как межличностные отношения становятся ближе, как социальный контекст отношений становится более комплексным и характеризуется перегрузкой информации, ролевыми конфликтами и изменениями, вероятность двойственности убеждений, аттитюдов и ожиданий увеличивается [Coser, 1956; Mancini, 1993; Otnes et al., 1997; Simmel, 1955]. В условиях, где сложность, неуверенность и ролевые конфликты обыкновенны, где межличностные отношения формируются постепенно и многоаспектны по природе, существует высокий потенциал для *одновременного усиления доверия и недоверия*. Основой такого понимания является допущение *о многомерности и имманентной противоречивости комплексных отношений между людьми*, в противовес более старым представлениям об одномерности и балансе отношений [Lewicki et al., 1998]. Речь идет о многомерности отношений, вызванной пересечением разных сфер жизнедеятельности партнеров: гражданской, деловой, дружеской, семейной и т.д. Так, например, партнеры по бизнесу могут быть связаны дружескими или родственными узами, одновременно они могут обладать сходными или противоречивыми мировоззренческими позициями, политическими убеждениями, религиозными установками, пристрастиями в области досуга и т.д. В каждой из этих сфер жизни у них будут различаться статусы и выполняемые социальные роли. Руководитель организации на спортивной площадке

может меняться ролями со своим подчиненным — капитаном любительской команды.

Сложные (мультиплексные) отношения существуют там, где представлена более чем одна взаимосвязь [Farrace et al., 1977; Monge, Eisenberg, 1987]. Р. Левицки с соавторами справедливо отмечают, что и доверие и недоверие могут одновременно существовать в рамках мультиплексных отношений [Lewicki et al., 1998]. Дж. Габарро рассматривает, как доверие эволюционирует от основанного на общем впечатлении (импрессионистского) и недифференцированного к более полноочерченному и дифференцированному по специфическим основаниям. Границы доверия и области, где доверие неуместно, становятся более четко определенными по мере того, как акцент смещается с вопроса «Как сильно я доверяю?» к вопросу «В каких областях и каким образом я доверяю?» [Gabarro, 1990]. Б. Шепард отмечает, что чаще всего мотивы отношений партнеров могут быть охарактеризованы как частично конвергентные, частично дивергентные и частично несвязанные [Sheppard, 1995]. Это в сочетании с многоаспектностью отношений порождает возможность того, что партнеры могут доверять друг другу в определенных сферах жизни или видах деятельности, не доверять — в других, и также не доверять друг другу временами.

По мнению Левицки, МакАллистера и Биса, *баланс и однородность в представлениях и ощущениях скорее временные и промежуточные состояния*. Отношения взаимодействующих сторон находятся в большей степени в состояниях дисбаланса, неоднородности и сложности. Этим же характеризуется и процесс формирования отношений в зависимости от частоты взаимодействия, длительности и разнообразия проблем, с которыми сталкиваются партнеры. Состояния баланса и устойчивости подобны однокадровому снимку динамического процесса трансформации отношений. В данном случае уместно использовать термин «операционный уровень доверия», как показатель текущего состояния отношений в таком аспекте взаимодействия [Lewicki et al., 1998].

Важно отметить, что исследователи не всегда видят диссонанс (несоответствие) в отношениях как нечто нежелательное. Р. Зайонц отмечает, что отношения между людьми имеют тенденцию изменения по направлению к оптимальному уровню

психологической несовместимости (расхождению в убеждениях, мыслях, ощущениях, поведении) — промежуточному положению между низкой устойчивостью и излишней устойчивостью отношений [Zajonc, 1960]. Взаимосвязанные (часто не по своему желанию) стороны должны эффективно взаимодействовать и координировать действия вне зависимости от того, нравится ли им это или нет. При таком комплексном понимании отношений вполне естественным выглядит сосуществование позитивных и негативных связей и оценок [Lewicki et al., 1998].

В отличие от Левицки, МакАллистера и Биса, мы убеждены, что доверие и недоверие *могут проявляться и сосуществовать также и в одних и тех же аспектах отношений между людьми*. В частности, причиной может выступать *наличие у оцениваемого человека противоречивых качеств*. Так, основанием для доверия в деловых отношениях может выступать высокая компетентность партнера (которая создает уверенность, что он справится с задачей), а основанием такого же высокого недоверия могут выступать другие личностные особенности, например, неорганизованность (которая приведет к срыву сроков).

Кроме того, в ходе нашего эмпирического исследования установлено, что *существуют качества личности, которые могут одновременно вызывать и доверие, и недоверие*. В первую очередь это такие личностные свойства, как сила, активность, смелость и оптимизм, а также слабость, различие интересов, гиперответственность и т.п. Одной из причин этого явления является тот факт, что сила, активность, смелость и т.д. могут принести значительную пользу в сотрудничестве, но становятся опасными, если являются качествами потенциального противника. Аналогично слабость партнера по взаимодействию снижает доверие к нему, так как может негативно отразиться на результатах совместной деятельности, однако она также сдерживает недоверие, так как является гарантией безопасности.

Описанное выше *несовпадение психологического выигрыша от оправдания позитивных ожиданий и потерь в случае актуализации худших ожиданий* — еще одна причина амбивалентности доверия и недоверия. Так, оптимистичные ожидания результатов реализации совместного делового проекта могут основываться на грамотно разработанном бизнес-плане (основание высокого

доверия) в реальной жизни сопровождаются опасениями не только того, что проект затянется или будет менее доходным, чем ожидалось (низкое доверие), но также опасением того, что партнер окажется связанным с криминальным миром (основание высокого недоверия), что грозит гораздо более тяжелыми последствиями (потеря бизнеса, а может быть, и жизни), или — того, что личная жизнь партнера негативно скажется на имидже компании (основание низкого недоверия).

Еще одна причина амбивалентности отношения к одному и тому же человеку связана с психологическими особенностями доверителя. Так, в клинической практике описаны случаи возникновения «множественной реальности», связанные с неспособностью пациента принять то, что один и тот же человек может доставлять удовольствие и фрустрировать. Без этого понимания постоянство (константность) воспринимаемого объекта является недостижимым [Кафка, 2004, с. 6]. В таких случаях образы реальных людей могут «раздваиваться», при этом одна часть может вызывать позитивные чувства, а другая — негативные. Функция этого феномена — защита личности при восприятии человека с противоречивыми внутренними свойствами и непоследовательным поведением. Речь идет не о психологической защите, при которой свойства или поведение человека, противоречащие ожиданиям, отрицались, рационализировались и т.д. Здесь имеет место другой случай: субъектом вырабатываются разные правила взаимодействия с различными образами одного и того же человека.

Иногда эти образы могут соответствовать различным субличностям воспринимаемого человека или его различным состояниям. Современные авторы указывают еще на некоторые психологические основания формирования изолированных зон и подпространств в психологическом пространстве личности у вполне здоровых людей. Как отмечает Дж. Хиллман, с точки зрения архетипической психологии сознание дано вместе с различными «парциальными» личностями (тень, анима, анимус и т.д.). О существовании сознания, априорно постулируемого вместе с этими фигурами или персонификациями, свидетельствуют их вмешательства в сферу контроля Эго. Речь идет о психопатологии обыденной жизни (Фрейд), расстройствах внимания в ассоциативных экспериментах (Юнг), своеволии и лукавстве фигур

в сновидениях, навязчивых состояниях и компульсивных мыслях, способных вторгаться при понижении ментального уровня (Жане) [Хиллман, 2006, с. 73]. В отличие от большинства направлений психологии, подвергающих «анафеме» подобные личности как дезинтегративные, архетипическая психология, как отмечает Хиллман, предпочитает повышать уровень осознания фигур, неподвластных Эго. Конфликт с ними придает относительный характер ощущению монопольной уверенности и единственности Эго. Архетипическая психология рассматривает этот конфликт как основу для созидания души. Таким образом, здоровая, развитая или идеальная личность должна принимать во внимание свою драматическую, замаскированную, неоднозначную ситуацию, основанную на понимании множественности значений, судеб и намерений, реализуемых любым субъектом в любой момент [Там же, с. 73–74]. Эта множественность реальностей, как субъекта доверия, так и его партнера, по нашему мнению, может порождать амбивалентность доверия и недоверия, вызванную *различным отношением субъекта к отдельным (реальным или мнимым) субличностям партнера*, а также амбивалентность, *вызванную различиями восприятия партнера со стороны отдельных субличностей самого субъекта*.

Существует еще одна причина усиления недоверия одновременно с ростом доверия. Дело в том, что *с увеличением открытости партнеров возрастают риски*, связанные с ней (возможные негативные последствия обмана доверия). Действительно, чем социально и физически ближе партнеры по взаимодействию, тем они уязвимее друг для друга. Высокая оценка рисков, возникающих в результате открытости субъекта и партнера по взаимодействию, может приводить к росту недоверия. В таких отношениях недоверие, в отличие от доверия, зачастую не имеет объективных оснований, так как не подтверждается какими-либо негативными фактами. Подобное необоснованное недоверие довольно типично для высокозначимых отношений и мало зависит от доказательств надежности партнера. Как уже отмечалось выше, снизить недоверие помогут только гарантии безопасности.

Например, в клановых сообществах нередко используются следующие приемы: ограничение доступа партнеров к полной информации друг о друге («меньше знаешь — крепче спишь»),

или, напротив, наличие общих секретов («быть повязанными»). Снижает недоверие и жесткая взаимозависимость и взаимоответственность партнеров («круговая порука»). Более надежной гарантией может выступать только психологическая близость — наличие общего мировоззрения, системы ценностей, а также взаимное принятие, уважение и т.д. Подлинно глубокие отношения являются единственным в полной мере эффективным ограничителем недоверия в наиболее значимых сферах жизнедеятельности субъекта. Общность целей и интересов, хорошее знание партнера, уверенность в его высокой нравственности создают условия для преодоления амбивалентности отношений и формирования высокого доверия на фоне низкого недоверия. Однако этот тип отношений абсолютного и полного доверия нечасто встречается в реальной жизни и, как будет показано ниже, может иметь не только позитивные, но и негативные последствия.

«Плюсы» и «минусы» доверия и недоверия. В большинстве современных работ по проблеме доверия обосновываются преимущества доверительных отношений и отмечаются негативные последствия недоверия. Однако существует ряд специальных исследований, посвященных анализу негативных последствий для отношений и эффективности совместной деятельности, которые влечет за собой высокое доверие, и анализу позитивного влияния на отношения умеренного недоверия [Bies et al., 1997; Lewicki et al., 1998; Burke et al., 1989; Luhmann, 1979]. Опровергая представление о том, что больше доверия — однозначно лучше, Мак-Аллистер называет это «вторым лицом доверия», или «темной стороной доверия». Он анализирует ситуации обмана доверия, а также влияние этого на дальнейшие отношения и на экономическую эффективность деятельности [McAllister, 1997]. В ряде упомянутых работ содержится глубокий анализ представлений западных исследователей о последствиях однозначно высокого уровня доверия и преимуществах оптимального соотношения доверия и недоверия. Основываясь на результатах собственного эмпирического исследования, ниже мы дополним этот анализ представлениями о позитивной роли баланса доверия и недоверия в регуляции отношений.

Для исследователей также очевидны и минусы излишнего недоверия. Оно не только приводит к увеличению издержек вза-

имодействия, связанных с необходимостью гарантий и контроля, но также ограничивает коммуникации, осложняет передачу информации, тем самым затрудняя и затягивая процессы принятия решений. Кроме того, даже когда недоверие в отношении партнеров имеет некоторые основания и оправданно, оно может утрироваться и инициировать параноидальное отношение [Bies, Tripp, 1996; Bies et al., 1997]. Что приведет к общему игнорированию позитивной информации о партнере и переинтерпретации свидетельств того, что он заслуживает доверия. Ожидания вредительства и предательства не являются необычными во многих отношениях. Параноидальные условия могут усиливаться, актуализировать тему мести и приводить к пристальному контролю за лишенным доверия злоумышленником. С позиции недоверия, благожелательное или альтруистическое поведение подозреваемого человека может быть рассмотрено как очередное свидетельство его недобрых намерений, как попытка манипуляции, управления впечатлением и т.д. [Bieset al., 1997; Lewicki et al., 1998; Burke et al., 1989].

В то же время высокое и однозначное доверие может приводить к целому ряду негативных последствий. По мнению большинства авторов, основным минусом доверительных отношений является *злоупотребление доверием*. Оно может проходить в форме вероломства, когда открытость и уязвимость партнера используются для получения выгоды. В этом случае доверие будет безвозвратно утрачено, однако выигрыш может быть весьма значителен. Вполне вероятно, что человек, не оправдавший доверие, был бы не в силах добиться его путем переговоров или в ходе честной борьбы. Возможен и другой вариант злоупотребления доверием, не связанный с обманом, но являющийся манипуляцией. Так, угрожая потерей доверия, можно добиваться от партнера различных уступок и дополнительных благ в качестве доказательств дружбы и преданности.

Необходимо отметить также минусы доверия и для человека, которому собираются доверять. У него может отсутствовать желание выступать объектом доверия. Во-первых, потому что доверие предполагает ответственность, которую он не готов взять на себя. Во-вторых, сокращение психологической дистанции не позволяет ему максимизировать собственный выигрыш от взаимо-

действия. В случае если человек чувствует себя способным победить в условиях соперничества при отсутствии доверия, то есть имеет, по собственному мнению, высокие шансы на успех в ситуации соревнования, то в условиях доверия он более ограничен в выборе методов и средств воздействия. Поскольку, применив силу, хитрость или устрашение по отношению к человеку, который ему доверяет, он окажется предателем, обманщиком. А это для большинства людей, стремящихся сохранить самоуважение, является неприемлемым. Навязывание доверия для снижения неопределенности и обеспечения собственной безопасности является манипулятивным приемом: «Видишь, *я тебе доверяю*, и значит, *ты должен*...». Можно сказать, что *в условиях доверия более сильный партнер проигрывает*. Поэтому далеко не все готовы принять высокий уровень доверия, навязываемый другими участниками взаимодействия. Если манипуляция доверием является взаимной, то такое «псевдодоверие» может быть опасной игрой. Для нее характерна готовность каждой стороны нанести внезапный удар в условиях периодической демонстрации открытости, которую *игра в доверие* неизбежно предполагает. Рано или поздно одна из сторон воспользуется этой незащищенностью и исход будет зависеть от того, кто первый успеет нанести удар.

Справедливости ради необходимо отметить, что не меньше негативных последствий таит в себе и *игра в недоверие*. Эта игра заключается в демонстрации неготовности доверять партнеру, который заинтересован в том, чтобы его заслужить. Партнер вынужден постоянно демонстрировать свои добрые намерения, надежность, предсказуемость и т.д. В то же время позиция инициатора игры «я ему не доверяю» более выигрышна, поскольку позволяет быть более требовательным и нетерпимым, а также не соблюдать по отношению к партнеру социальные нормы.

Еще одним неприятным следствием высокого уровня доверия является тот факт, что *отсутствие контроля и конкуренции действует расслабляюще на взаимодействующие стороны*. Ошибки и упущения партнера в условиях излишнего доверия остаются незамеченными, перспективные возможности — нереализованными, имеющийся потенциал — нераскрытым. Таким образом, слишком высокий уровень доверия, даже при самых добрых намерениях сторон, снижает эффективность деятельности. При

высоком уровне доверия возникают также ситуации, когда подозрительное поведение другого отметается или интерпретируется в позитивном свете. По мнению Левицки, МакАллистера и Биса, это может служить оправданием усилий, вложенных в формирование доверия. Мы считаем, что таким образом также может реализовываться одна из социально-психологических функций доверия — воспроизводство социально-психологического пространства личности. Для сохранения близких отношений необходимо иногда «закрывать глаза» на неблаговидное поведение партнера.

Защитой от подобных негативных последствий излишнего и однозначного доверия выступают *ограничители доверия*, а также *динамический баланс доверия и недоверия*. Не случайно некоторыми исследователями ставится задача анализа эффективности, функциональности и полезности недоверия. В большинстве работ речь идет об *институциональном недоверии*, то есть о закрепленных в формальных и неформальных институциональных кодексах правилах и нормах, ограничивающих свободный обмен информацией и другими ресурсами между взаимодействующими субъектами и предписывающих процедуры взаимного контроля и отчета, а также санкции в случае нарушения этих норм. Такое недоверие, в частности, может пониматься как центральный компонент стимулирования рациональности организации. В 1957 г. Г. Саймон доказал, что организации способны достигать уровня рациональности, который превосходит рациональность ее членов, создавая структуры и системы правил, усиливающие недоверие. В этой связи интересно высказывание Н. Лумана о том, что «в условиях современной среды доверие не может существовать отдельно от недоверия, и доверие не может возрастать отдельно от увеличения недоверия. Увеличение в доверии или недоверии отдельно от увеличения и другом компоненте — может причинить больше вреда, нежели пользы!» [Luhmann, 1979, p. 89]. Луман считает, что если мы надеемся повысить уровни доверия в обществе, то должны быть готовы также увеличить общие показатели недоверия. Он полагает, что недоверие может быть институционализировано в формальных организационных ролях (инспекторы контроля или аудиторы), позициях (супервайзеры) и санкциях (специфических наказаниях для различных

нарушений). Луман приводит довод, что таким образом институционализированное недоверие допускает деперсонализацию недоверительной активности, которая исключает возникновение личных обид. Он считает, что формализованные процедуры взысканий за нарушения полезны, так как они определяют границы возможного наказания и, кроме того, обеспечивают возмещение убытков. Деперсонализация недоверия позволяет поддерживать достаточно высокий уровень доверия, моральный дух и комфортную психологическую атмосферу в организации. Это возможно потому, что выполнение институционализированных контрольных и отчетных процедур не воспринимается как подозрительность и слежка, а оценивается как добровольное и уважительное соблюдение норм корпоративной культуры.

Перспективным направлением исследований, по мнению Левицки и его соавторов, выступает анализ управления амбивалентностью доверия и недоверия в равностатусных организационных отношениях и во взаимодействиях руководителя с подчиненным [Lewicki et al., 1998]. Члены организаций должны знать не только, когда доверять другим и в каких отношениях, но также когда внимательно следить за другими. Более того, члены организаций должны развивать способность управлять областями, в которых им доверяют одни и не доверяют другие. Эти ученые настаивают, что функциональное сосуществование доверия и недоверия может быть центральным компонентом отношений в высокопроизводительных командах. Оно создает основания для эффективного принятия решений, гармоничного взаимодействия и координированного исполнения.

Можно отметить еще одно важное преимущество баланса доверия и недоверия в отношениях. Оптимальное соотношение доверия и недоверия, становясь нормой взаимодействия с окружающими, расширяет круг людей, организаций и социальных групп, с которыми субъект может вступать в контакт и чьей помощью он может воспользоваться. Левицки, МакАллистер и Бис приводят аргумент М. Грановетера о «силе слабых связей». Он основывается на представлении о том, что «те, с кем мы слабо связаны, с большей вероятностью вращаются в иных кругах, нежели мы, и таким образом имеют доступ к неизвестной нам информации» [Granovetter, 1973, p. 1371]. Таким образом,

отдаленные знакомства могут быть более полезны, нежели близкие компаньоны при управлении кризисами (получение работы, противодействие оппозиции и т.д.). В то же время те, с кем мы слабо связаны, вполне вероятно, имеют ценности и предпочтения, отличные от наших, что создает основание для частичного недоверия.

В заключение можно привести высказывание Р. Левицки, Д. МакАллистера и Р. Биса о том, что неизбежны сложности как раз в тех отношениях, где возникает либо широкое доверие, либо такое же недоверие и где сдерживаются противоположные тенденции. Они оценивают это динамическое напряжение доверия и недоверия как продуктивное, соответствующее интересам обеих сторон и являющееся источником стабильности их отношений [Lewicki, Mcallister, Bies, 1998].

Эмпирическое исследование соотношения доверия и недоверия

Исследование[1] включало два этапа. На первом этапе в нем приняли участие 165 человек — преимущественно студенты-психологи, получающие первое и второе высшее образование, в возрасте от 20 до 35 лет, из них женщины составили 65%, мужчины — 35%. Выборка второго этапа исследования — 145 руководителей высшего звена, предпринимателей и рядовых сотрудников как коммерческих, так и некоммерческих организаций. Из них 45% мужчин и 55% женщин, 43% руководителей, 57% рядовых сотрудников, 37% представителей возрастной группы 20–25 лет, 33% — 26–35 лет и 30% — 36–50 лет.

Для сбора эмпирических данных использовались следующие *методы и методики*: контент-анализ, фокус-группа, опрос при помощи авторского методического приема по изучению критериев доверия и недоверия, а также модификации методики «Отношение к соблюдению нравственных норм» А.Б. Купрейченко и методики интерперсональной диагностики Т. Лири.

[1] Исследование выполнено А.Б. Купрейченко и С.П. Табхаровой на базе Института психологии РАН в 2005–2008 гг.

***Гипотезы исследования*:**

- Существуют различия в критериях доверия и недоверия в деловых отношениях для трех категорий людей (незнакомый человек, знакомый человек, близкий человек).
- Готовность к соблюдению нравственных норм делового поведения будет различаться в зависимости от собственного и воспринимаемого доверия и недоверия. То есть личность проявляет разный уровень готовности к соблюдению нравственных норм в зависимости от того, с кем она взаимодействует: с человеком, которому она доверяет; с человеком, который, по ее мнению, ей доверяет; с человеком, которому она не доверяет; с человеком, который, по ее мнению, ей не доверяет.

Результаты эмпирического исследования. Частотный анализ результатов первого этапа исследования показал, что в представлении респондентов критерии доверия и недоверия другим людям в деловых отношениях имеют как сходство, так и различия. *Сходство* заключается в следующем: выделены характеристики оцениваемого человека, позитивный полюс которых высокозначим для доверия, а негативный — примерно в равной степени значим для недоверия. Такими критериями доверия / недоверия выступают в первую очередь: нравственность — безнравственность, надежность — ненадежность, открытость — скрытность, ум — глупость, независимость — зависимость, неконфликтность — конфликтность. Данные характеристики являются симметричными критериями доверия и недоверия. *Различие* критериев доверия и недоверия проявляется в асимметричности таких показателей партнера, как сила — слабость, активность — пассивность, смелость — робость и оптимизм — пессимизм. Если первые в этих дихотомиях выступают высокозначимыми критериями доверия для подавляющего числа участников исследования, то вторые характеристики для большинства респондентов критериями недоверия не являются.

Критерии доверия и недоверия отдельным категориям людей отличаются между собой. По мере усиления близости и степени знакомства с партнером количество критериев недоверия к нему снижается, а количество критериев доверия растет. В целом большинство позитивных характеристик наиболее значимы для доверия близкому человеку; негативные характеристики — для

недоверия незнакомому человеку. В этом проявляются особенности функций доверия в разных системах межличностных и межгрупповых отношений, в частности, функция сохранения и воспроизводства социально-психологического пространства субъекта. Поэтому некоторые качества одними и теми же респондентами рассматриваются как критерии доверия для близких людей и как критерии недоверия для незнакомых.

В ходе исследования выявлены характеристики, которые значительной частью респондентов определяются в качестве критериев доверия, а другой столь же значительной частью — в качестве критериев недоверия. Так, у респондентов отсутствует единое мнение при оценке следующих показателей: пассивный, пессимист (угрюмый), рисковый, любопытный, слишком опрятный, полезный мне, другой национальности и вероисповедания, принадлежащий к другой социальной группе и т.д. Детерминируются эти различия индивидуальными, групповыми или ситуативными особенностями отношения к данным характеристикам оцениваемого человека, а также особенностями функций доверия и недоверия. В этих особенностях критериев доверия и недоверия проявляется, в частности, жизненная позиция личности или прослеживается влияние социальных норм конкретного сообщества.

В результате факторного анализа по методу главных компонент были построены шесть факторных моделей. Три модели факторов недоверия, а также три модели факторов доверия различным категориям людей: незнакомому человеку, знакомому человеку и близкому человеку. В целом анализ показал, что факторные структуры доверия и недоверия имеют много общего, в то же время выделен ряд факторов специфичных для доверия и для недоверия. Имеются особенности и у факторных структур доверия и недоверия по отношению к трем категориям людей (незнакомому, знакомому, близкому человеку).

Так, например, выделено несколько факторов отношения к различным человеческим слабостям и недостаткам и только один фактор «веры в силу добра» в факторных структурах доверия и недоверия незнакомому человеку. По сравнению с ними в моделях доверия и недоверия знакомым и близким людям присутствуют также факторы отношения к положительным сторо-

нам партнера по взаимодействию. Уловить подобные нюансы удалось во многом благодаря тому, что в списки переменных были включены показатели, соответствующие как позитивному, так и негативному полюсу каждой характеристики, а также как крайней, так и средней степеням выраженности каждого качества оцениваемого человека. Данный прием оправдал себя, поскольку позволил проследить асимметричность влияния на доверие или недоверие личности многих полярных черт партнера по взаимодействию, в частности: нравственности и безнравственности, силы и слабости, зависимости и независимости и др. Ниже мы проанализируем наиболее важные особенности факторных структур доверия и недоверия к разным категориям людей. Но прежде проследим *общие для всех моделей закономерности*.

Наибольший процент дисперсии в трех моделях из шести объясняет фактор «Смелость, обаяние, активность, сила» («Вера в силу добра»). Данный фактор оказывает влияние на значимость для формирования доверия или недоверия показателей оцениваемого человека, являющихся основными (общими) личностными свойствами: активности, силы, смелости, оптимизма. Набор этих показателей соответствует описанию личности, выступающей олицетворением «сил добра». Судя по всему, значимость перечисленных показателей в качестве критериев доверия и недоверия определяется общей установкой субъекта на доверие («базовым доверием» по Э. Эриксону или «верой в людей» М. Розенберга), а также другими наиболее общими факторами отношения человека к окружающим людям. По нашему убеждению, этот фактор в высокой степени связан с мотивацией личности (желанием вступать во взаимодействие и ценностью позитивного исхода последнего), а также с социальной компетентностью личности (уверенностью в своей способности при наличии доброй воли строить доверительные отношения с окружающими людьми).

Отношение к человеческим качествам, полярным по своей модальности переменным фактора «Вера в силу добра», образует отдельный фактор, характеризующий отношение личности к слабости и зависимости (в модели недоверия незнакомому человеку это два отдельных фактора). Наибольшие нагрузки по фактору «слабость» имеют показатели: слабость, пассивность, робость,

пессимизм, глупость и т.д., а по фактору «зависимость»: зависимый от других, зависимый от меня. Это достаточно значимые факторы доверия и недоверия. Наибольший процент различий определяется ими в доверии к близкому человеку (самый мощный фактор), доверии к незнакомому (второй по значимости) и недоверии ко всем трем категориям людей (второе или третье место по значимости). Влияние отношения к слабости и зависимости не проявляется только в одной факторной модели — доверие к знакомому человеку.

Имеется еще несколько особенностей отношений со знакомым человеком, в частности, проявление влияния фактора «удачливость» для критериев недоверия и фактора «неудачливость» для критериев доверия. Отношение личности к этим характеристикам определяет ее решение о доверии или недоверии к человеку, который на обыденном языке называется удачливым, счастливчиком, или же, напротив, — невезучим, неудачником. Так, фактор «неудачливость» включает следующие характеристики: ненаходчивый, неавторитетный, робкий, пассивный, необразованный, импульсивный, необаятельный, неорганизованный, некрасивый, угрюмый, скрытный, плохо одетый. Как следует из анализа характеристик фактора «удачливости», удачливый человек — это человек, надеющийся на интуицию, обаятельный, хорошо одетый, авторитетный, богатый, рисковый, разговорчивый, имеющий как близкие мне интересы, так и интересы, отличные от моих, активный, веселый, смелый и красивый.

Можно заметить, что содержание данного фактора очень близко к описанному выше фактору «вера в силу добра». Однако в отношениях со знакомыми людьми большая заинтересованность в результатах взаимодействия предполагает проведение предварительного анализа не только силы, смелости и доброты, но также и жизненной успешности партнера по взаимодействию. В то же время ограниченность информации создает риск ошибки и может компенсироваться фатализмом личности, а также ее убежденностью в справедливом устройстве мира и другими аналогичными представлениями. Например, верой в счастливую или несчастливую судьбу, удачу, победу добра над злом, то есть в то, что удача должна быть на стороне добра (на стороне сильных, смелых, активных, добрых и оптимистичных людей).

Данные о том, что единство, тождество с партнером по взаимодействию является наиболее значимым критерием доверия, были подтверждены в результате частотного анализа. На данном этапе также был выделен фактор «наличие близкой жизненной позиции», который объясняет наибольший процент дисперсии в отношениях со знакомыми людьми. Значимые факторные нагрузки выявлены у переменных, отражающих единство мировоззрения и поведения взаимодействующих субъектов. Для категории незнакомых людей данные характеристики не поддаются оценке (и не оценивались участниками исследования), а вот в отношениях с близкими людьми для подавляющего большинства респондентов они особо значимы как критерии доверия. Именно поэтому процент объясняемой дисперсии фактора «Наличие близкой жизненной позиции» значительно ниже по отношению к близкому человеку, чем к знакомому.

Важно проследить, насколько значимым является отношение респондентов к отсутствию единства и наличию противоречий с оцениваемым человеком. Особенности отношения к человеку, имеющему иные и противоположные по направленности интересы, жизненные цели, восприятие мира, проявляются во влиянии фактора «несходство интересов» на недоверие ко всем трем категориям людей и на доверие к незнакомым и знакомым людям. Особый интерес представляют еще два фактора: «внешние признаки неблагополучного человека» и «внешние признаки “чужого” человека». Как показал частотный анализ, наши респонденты действительно различаются по тому, какую значимость они придают принадлежности к другой социальной группе (этнической, конфессиональной, экономической, демографической и т.д.), а также признакам социального и душевного неблагополучия. Те, кто придают большое значение этим характеристикам как критериям доверия и недоверия, связывают их, как правило, с безответственностью, несправедливостью, враждебностью другого человека, наличием у него жизненных целей, противоречащих собственным. В этом проявляется настороженное отношение данных респондентов к «чужаку». Мы предполагаем, что значимость данных характеристик для принятия решения о доверии или недоверии определяется фактором «*базового недоверия*» — *общего настороженного отношения личности к миру и другим людям.*

В выборке присутствуют также респонденты, которые, напротив, считают социальную и психологическую «удаленность», «инаковость» другого человека достаточным основанием для доверия ему. Выше мы объясняли это наличием у респондентов особой жизненной позиции личности (например, гуманистической), а также развитыми социальными и коммуникативными навыками, которые позволяют уверенно строить доверительные отношения с «дальними» и «чужими» людьми. Для социально компетентных людей построение доверительных отношений с малознакомыми людьми является иногда более легкой задачей, чем построение доверия с близкими. В отношениях с близкими людьми коммуникативные навыки оказываются малозначимыми, здесь необходима постоянная душевная работа — поддержка, забота, понимание и т.д.

Существует и еще один фактор, связанный с оценкой различий между субъектом и партнером. В него вошли переменные, определяющие иное социальное происхождение, социальный статус, очень красивую внешность и другие показатели, говорящие о *неравенстве позиций* в социальной структуре общества. Чаще всего это неравенство в пользу оцениваемого человека. Фактор получил условное название «скрытое соперничество» и является проявлением соперничества (и, возможно, зависти) со стороны субъекта, то есть выражает его собственную неготовность к построению доверительных отношений с оцениваемым человеком.

Ожидание же личностью конфронтации и соперничества со стороны другого человека проявляется в трех соответствующих факторах: «конкурентность», «враждебность» и «конфликтность» (в некоторых моделях эти факторы объединяются). Все факторы, так или иначе связанные с соперничеством, конфликтностью и враждебностью, наиболее значимы в моделях доверия. Таким образом, враждебность, конкурентность и конфликтность усиливают недоверие личности к другим людям. Влияние этих же факторов на доверие не столь однозначно для различных субъектов — есть те, у кого эти характеристики снижают доверие, а есть те, кто к ним нечувствителен.

Еще одна группа факторов — факторы отношения к легкости и трудности общения и трудности взаимодействия. Судя по

их содержанию, личности неважно, с чем связаны возникающие трудности взаимодействия или общения, — определяются ли они особенностями интеллекта, темперамента, саморегуляции или же социально-групповой принадлежностью, безнравственностью и различием интересов. Главным является то, что если общение или взаимодействие представляет особую ценность (личностно обусловленную или ситуативную), то данные характеристики оцениваются как критерии доверия или недоверия личности к другим людям. Эта особая ценность может определяться местом характеристик общения и взаимодействия в имплицитных теориях личности. Например, в представлениях личности спокойствие и неболтливость человека могут выступать индикаторами ума, а вежливость — показателем социальной нормативности, нравственности и чистоты помыслов (это подтверждается данными корреляционного анализа). Как и следовало ожидать, факторы «легкость общения и взаимодействия», «трудность общения» и «трудность взаимодействия» наиболее значимы в недоверии к незнакомому человеку. Они определяют оценку другого человека как расположенного (и располагающего) или не расположенного (и не располагающего) к общению и взаимодействию. Посредством чего их личность оценивает легкость или трудность построения отношений с данным человеком.

Последний фактор, получивший название «уверенность», характеризует отношение к человеку, надеющемуся на себя и принципиальному. Влияние этого фактора прослеживается только в одной модели — недоверие к близкому человеку. Возможно, это связано с тем, что близкие люди — единственная категория людей, которым мы способны верить «безоглядно», то есть без достаточных на то оснований и гарантий. В связи с этим велик риск обмана и разочарования. Гарантией выступает только уверенность этого человека в себе (доверие к себе). Особенности отношения респондентов к человеку, высоко доверяющему самому себе, и определяют, по нашему мнению, дисперсию, объясняемую данным фактором.

Анализ, проведенный на предыдущем этапе исследования, показал, что такие характеристики оцениваемого человека, как «надежность», «поддержка», «нравственность» и «приязнь», находятся в ряду наиболее значимых критериев доверия и недо-

верия. Сопоставление этих данных с полученными факторными моделями подтвердило общность оценок респондентов: соответствующие факторы объясняют относительно небольшой процент дисперсии (около 2–2,5% в разных моделях). Особенности отношения к нравственности влияют только на доверие к близкому человеку. При этом данный фактор определяет отношение к крайней степени выраженности нравственных качеств. Вероятно, некоторые респонденты считают непредусмотрительным полностью доверяться кристально честному, гиперответственному борцу за справедливость. Подавляющее же большинство участников исследования считают высокую нравственность другого человека лучшей гарантией доверия. Несколько большее влияние на критерии доверия и недоверия оказывает фактор отношения к полярным этическим характеристикам, таким как «безнравственность» и «ненадежность» (8,7% в недоверии к близкому человеку). В целом можно сказать, что отношения со знакомым человеком являются функциональными в большей степени, чем отношения с другими категориями людей. Поэтому для построения доверительных отношений наиболее значимы факторы, тесно связанные с эффективностью взаимодействия, в частности: удачливость, близость позиций и интересов, надежность, предсказуемость. Так, факторы «предсказуемость» и «непредсказуемость» выделены в моделях доверия и недоверия только по отношению к знакомому человеку.

Сопоставляя результаты частотных распределений критериев доверия / недоверия и результатов факторного анализа можно увидеть интересные особенности роли различных характеристик воспринимаемого человека в регуляции отношений доверия / недоверия. В ходе частотного анализа были выделены основные критерии, составляющие «сущность» доверия, — надежность, предсказуемость, нравственность и т.д., которые можно считать *прямыми критериями доверия*. Кроме них имеется целый ряд характеристик, которые по результатам частотного распределения и факторного анализа играют значимую роль в регуляции отношений доверия, но являются *косвенными показателями доверия*. Такими показателями выступают в первую очередь: открытость, вежливость, стабильность и т.д. Например, при оценке незнакомого человека «открытость» имеет нагрузки в диапазоне от 0,20

до 0,50 по пяти факторам. Это можно объяснить тем, что, во-первых, открытость облегчает познание незнакомого человека и позволяет оценить его намерения, доброту, темперамент и потенциальную полезность, а во-вторых, открытость — есть мотивационная и поведенческая характеристика человека, в ней проявляется готовность человека к построению честных и доверительных отношений. Не случайно в результате корреляционного анализа установлено, что в имплицитных представлениях открытость ассоциируется с образом доброго позитивно настроенного человека, которому нечего скрывать (активного, сильного, неконфликтного, нравственного). Как следствие, «открытость» взаимосвязана с основными слагаемыми доверия — надежностью, предсказуемостью и приязнью.

Выделенные факторы доверия можно условно разделить на две большие группы: *факторы оценки позитивных перспектив потенциального сотрудничества или взаимодействия* в целом (заинтересованность в доверии, ценность доверия, прогнозирование результата доверия), а также *факторы прогноза успешности построения доверительных отношений* (прогнозирование возможности и легкости / трудности процесса построения доверия). Последние подразделяются на факторы *субъектных свойств* (оценка собственных способностей и возможностей в построении доверительных отношений), *свойств партнера* (его готовность) и, наконец, *характеристик самого процесса межличностного или межгруппового взаимодействия* (различие интересов и позиций, влияние социальных стереотипов и т.д.). Аналогично и факторы недоверия также делятся на: *факторы оценки негативных последствий взаимодействия* (риски открытости), а также *факторы прогноза успешности защиты* от них (прогнозирование возможности и легкости / трудности защиты). Для недоверия также значимы свойства как самого *субъекта и партнера* по взаимодействию, так и *характеристики условий и процесса взаимодействия.*

На втором этапе исследования оценивалась *взаимосвязь доверия и недоверия разной направленности с готовностью к соблюдению нравственных норм делового поведения.* Данные корреляционного анализа показали, что респонденты, для которых фактор «неверие в разумное начало людей (рациональное устройство мира)» способен повышать недоверие, готовы проявлять ответствен-

ность (r = 0,24) и справедливость (r = 0,17) в отношении тех, кому сами не доверяют. Респонденты, для которых критериями недоверия являются «враждебность, конфликтность, конкурентность», «хитрость, зависимость, слабость», «безнравственность и ненадежность», в отношениях собственного и воспринимаемого недоверия способны проявлять высокую принципиальность (r = 0,20 − 0,32). Люди, для которых формальные признаки «чужака» (другое вероисповедание, иное социальное происхождение) являются критериями недоверия, готовы проявлять нетерпимость (r = −0,20) и неправдивость (r = −0,20) в ситуации воспринимаемого недоверия, а также принципиальность (r = 0,25), безответственность (r = −0,21) и несправедливость (r = −0,22) в ситуации воспринимаемого доверия. То есть те респонденты, которые не доверяют чужим людям по формальным признакам, более склонны к проявлению невысокого уровня нравственности независимо от того, демонстрирует им партнер доверие или недоверие. Респонденты, у которых выражен показатель «вера в доброе начало людей», терпимы в ситуации собственного недоверия (r = 0,25). Возможно, это проявление доброты даже к человеку, которому субъект не доверяет. Значимость показателя «любовь и приязнь» как критерия доверия положительно взаимосвязана с терпимостью в собственном и воспринимаемом доверии и недоверии (r = 0,18 − 0,24).

Анализ различий готовности к соблюдению нравственных норм в зависимости от направленности доверия и недоверия (см. табл. 1) показал, что в ситуации собственного доверия имеет место высокий уровень отношения к соблюдению норм правдивости, ответственности, справедливости и самый низкий уровень отношения к соблюдению норм терпимости и принципиальности. В ситуации воспринимаемого доверия наблюдается самый высокий уровень отношения к соблюдению норм терпимости и ответственности.

В целом данные свидетельствуют о том, что доверие и недоверие и их направленность дифференцируют уровень готовности к соблюдению нравственных норм делового поведения. При этом готовность к соблюдению нравственных норм больше дифференцируется в зависимости от направленности доверия, чем от направленности недоверия. То есть асимметричность феноменов

доверия и недоверия проявляется и в различной детерминации отношения к соблюдению нравственных норм. В целом можно сказать, что готовность к соблюдению нравственных норм выше в ситуации собственного доверия, но равномернее по большинству нравственных качеств в ситуации воспринимаемого доверия. Иными словами, люди склонны к большей нравственности в отношении тех, кому они доверяют и кто доверяет им, нежели в отношении тех, кому они не доверяют и кто не доверяет им. Однако и в ситуации недоверия выявлены достаточно высокие показатели отношения к соблюдению нравственных норм.

Таблица 1

Готовность к соблюдению нравственных норм делового поведения в зависимости от собственного (С) и воспринимаемого (В) доверия (Д) и недоверия (НД) (баллы; по Т-критерию Стьюдента)

Нравственные нормы делового поведения	Готовность к соблюдению нравственных норм делового поведения при взаимодействии с человеком... (среднее)				Отношения, различия между которыми значимы
	которому я доверяю (СД)	которому я не доверяю (СНД)	который мне доверяет (ВД)	который мне не доверяет (ВНД)	
Терпимость	1,58	1,93	2,32	2,03	СД и ВД, $P < 0,001$
Принципиальность	1,72	2,37	1,90	2,35	СД и ВНД, $P < 0,001$
Правдивость	2,36	2,32	2,35	2,30	—
Ответственность	2,57	1,49	2,36	1,48	СД и СНД, ВНД, $P < 0,001$
Справедливость	2,13	1,58	2,01	1,60	СД и СНД, $P < 0,001$

Сопоставление приведенных выше результатов с данными кластерного и факторного анализа позволило углубить понимание взаимосвязей доверия и недоверия различной направленности с отношением к соблюдению нравственных норм. Анализ позволил нам выделить следующие функции этого отношения: поддержание доверия, завоевание доверия, преодоление недоверия, защита от прогнозируемых субъектом негативных последствий взаимодействия, эксплуатация доверия и злоупотребления им и др. Так, к эксплуатации доверия более склонны респонденты, использующие критерий недоверия «несходство интересов» (то есть демонстрирующие рациональное, прагматичное

отношение к деловому взаимодействию). В то время как люди, эмоционально доверяющие по критериям «любовь» и «приязнь», проявляют бóльшую терпимость к окружающим, поддерживая таким образом доверие. Они также склонны к высокой правдивости в ситуации недоверия, стремясь его преодолеть.

Заключение

Доверие и недоверие — относительно автономные феномены, имеющие как сходные, так и различные характеристики: признаки, условия возникновения, критерии и функции в регуляции жизнедеятельности субъекта. Основные функции доверия — социальное познание и обмен. Основные функции недоверия — самосохранение и обособление. Условиями, при которых доверие и недоверие способны существовать одновременно в отношении к одному и тому же объекту и проявляться в амбивалентных оценках, выступают: во-первых, многоаспектность, вызванная включенностью их одновременно в разные сферы жизнедеятельности, а также динамичность отношений между людьми; во-вторых, наличие у партнера по взаимодействию противоречивых качеств; в-третьих, противоречивое отношение субъекта к ряду личностных свойств оцениваемого человека (силе, активности, слабости и т.д.); в-четвертых, высокая субъективная оценка рисков, возникающих в результате открытости и высокого доверия; в пятых, различные основания доверия и недоверия; в-шестых, множественность субличностей и психологических пространств, как субъекта доверия, так и его партнера.

Эмпирически установлена асимметрия критериев и факторов доверия и недоверия. Высокие оценки силы, активности, смелости и оптимизма партнера выступают особо значимыми критериями доверия для подавляющего числа участников исследования. Но их антонимы (слабость, пассивность, робость, пессимизм) для большинства респондентов критериями недоверия не являются. Наряду с этим существуют симметричные критерии доверия и недоверия: нравственность — безнравственность, надежность — ненадежность, открытость — скрытность, ум — глупость, независимость — зависимость, неконфликтность — конфликтность.

Критерии доверия и недоверия отдельным категориям людей отличаются между собой. По мере усиления близости и степени знакомства с партнером количество критериев недоверия к нему снижается, а количество критериев доверия — растет. Большинство позитивных характеристик наиболее значимы для доверия к близкому человеку; негативные характеристики — для недоверия к незнакомому человеку. Однако существуют личностные особенности (отношение к людям) и факторы групповой принадлежности (пол, возраст, тип деловой активности), оказывающие влияние на соотношение критериев доверия и недоверия к разным категориям людей. Это соотношение определяется функциями, которые выполняют доверие и недоверие в жизни субъекта.

Существует взаимосвязь критериев, а также направленности доверия и недоверия с готовностью к соблюдению нравственных норм делового поведения. Готовность к соблюдению норм правдивости детерминируется отношениями доверия и недоверия в меньшей степени, нежели готовность к соблюдению других нравственных норм (справедливости, ответственности, принципиальности и терпимости). Направленность недоверия (собственное или воспринимаемое) дифференцирует готовность к соблюдению нравственных норм меньше, чем направленность доверия. Готовность к соблюдению нравственных норм выше в ситуации собственного доверия, но равномернее по большинству нравственных качеств в ситуации воспринимаемого доверия (в частности, за счет высокого уровня терпимости).

© Купрейченко А.Б., Табхарова С.П., 2013

Глава 3. Доверие к себе в межличностном взаимодействии: внутренний конфликт и функциональное действие с точки зрения теории игр

Введение

В последние годы одним из ключевых феноменов научной жизни стало повсеместное распространение междисциплинарных исследований, охватившее целый ряд дисциплин. Экономика и психология занимают в этом ряду далеко не последнее место. Взаимное пересечение и взаимообогащение этих наук уже привели к появлению новых исследовательских парадигм и программ, начиная от исследования восприятия и проблемы рациональности до теории организаций и эволюции массового сознания. Такой обмен, безусловно, идет на пользу обеим дисциплинам — однако потенциал их взаимодействия еще далеко не исчерпан и даже, вероятно, до конца не осознан представителями обеих наук.

В настоящей работе мы исследуем одну из таких перспектив — формирование функциональных органов действия с точки зрения теории игр. Как показано в ряде работ (см., напр.: [Гордеева, Евсевичева, Зинченко, Курганский, 1998; Гордеева, 1981; 1995]), дискретность живого движения, отмеченная еще А.В. Ухтомским и Н.А. Бернштейном без малого 100 лет назад, не только может быть предметом экспериментального исследования, но и содержит отголоски внутреннего конфликта и взаимодействия между разным «агентами» одного и того же индивида, один из которых отвечает за моторику, другой — за контроль и проверку точности действия, третий — за общую постановку задачи, включающую, к примеру, самооценку, темперамент, мотивацию и многое другое. Соответственно, само целенаправленное действие состоит из последовательности малых (дискретных) шагов-приращений, точность которых зависит от характера поставлен-

ной задачи. Еще А.Р. Лурия отмечал, что «произвольные движения и действия человека являются сложными функциональными системами, осуществляющимися сложной динамической констелляцией совместно работающих отделов мозга, каждый из которых вносит свой собственный вклад в построение движения» [Лурия, 1973, с. 252]. О подобном взаимодействии между когнитивными и деятельными (моторными) структурами сознания писал и Л.С. Выготский: «Мы знаем также, что оба вида деятельности — мышление и реальное действие — не представляют отдаленных друг от друга непроходимой пропастью областей; на деле в живой действительности мы на каждом шагу наблюдаем переход мысли в действие и действия в мысль. Следовательно, и обе динамические системы — более подвижная, связанная с мышлением, и менее подвижная, связанная с действием, — также не изолированы друг от друга. На деле должен наблюдаться и на каждом шагу фактически наблюдается переход текучей динамики мысли в твердую и застывшую динамику действия и обратно — переход косной и скованной динамики действия в текучую динамику мышления» [Выготский, т. 5, с. 249]. В этой характеристике можно пойти еще дальше, и определить, что внутренние формы действия омываются, объединяются сверхтекучей «кровеносной системой смысла» (Г. Шпет).

При всей естественности подобных характеристик их формализация и теоретизация долгие годы оставались за кадром, а немногие попытки представлялись проблематичными. Например, А.Н. Леонтьев различал деятельность как соотносящуюся с понятием мотива, и действие — с понятием цели, однако он не предлагал формального критерия, позволяющего отличить действие как процесс, направленный на достижение самодостаточной цели, от действия как части целого — системы процессов, взаимосвязанных друг с другом. Это обстоятельство с самого начала вызывало вопросы и критику со стороны других «классиков», в частности П.Я. Гальперина [Додонов, 2006].

В связи с этим встает и более общий вопрос о доверии в динамике — к себе, своим собственным чувствам и органам, и в процессе взаимодействия — к другому. Ведь если сознательное поведение, или принятие решения о действии не совпадает по природе с процессом реализации этого замысла, то чем можно

гарантировать, что достигается именно поставленная цель, что в процессе ее реализации мы не отклонились от избранного пути, наконец, что нас не сбили с него какие-то препятствия либо чья-то злая воля? Проблема доверия к среде принятия решения и действия встает здесь в самом базовом (картезианском) смысле доверия к самому себе: Что я могу знать? На что я могу надеяться? И, как следствие, *γνωθι θεαυτωτ* (познай самого себя) — Что мне следует делать? Представимость многих психологических (и психофизиологических) задач в виде решений, принимаемых разными агентами или *функциональными органами* [Гордеева, Зинченко, 1982], позволяет интерпретировать их решение как следствие взаимодействия множества «я», решающих одну и ту же задачу в интересах «общего я», или верховного принципала человеческого действия. Подобного рода конструкция известна в экономике и теории игр как представление игры в агентской нормальной форме [Selten, 1975]. В динамической игре, где какой-то из игроков должен делать несколько ходов, разделенных временны́ми интервалами, этот игрок на каждой стадии представляется как отдельный агент, и интересы каждого такого агента в динамической игре идентичны интересам игрока, которого он представляет.

Корректность такой постановки и решения задачи в известном смысле вытекает из первого принципа рациональности принятия решений, согласно которому человек никогда не желает сделать себе хуже с точки зрения своих нынешних представлений о собственном благе. Вместе с тем она, конечно, требует определенных уточнений и квалификаций как с теоретико-игровой, так и с эмпирической точки зрения. Правомочно ли выделение разных агентов в рамках одного действующего субъекта, и если да, то плодотворно ли оно с научной точки зрения? Подтверждается ли факт такого разделения экспериментально? Что дает основания говорить о непротиворечивости целей «общего я» и агентов, реализующих их? Эти вопросы, по-видимому, только усиливаются в случае задач, содержащих внутренний конфликт, — например, для зрительных иллюзий (старуха или девушка и проч.), сложных когнитивных задач (когда математическая логика вступает в конфликт с интуитивным восприятием), не говоря уже о моральных проблемах. В этих случаях, во-первых, могут вступать

в противоречие разные уровни восприятия — психофизиологические, когнитивные, личностные — каждый из которых будет представлен отдельным игроком, а каждый из этих игроков, в свою очередь, разными функциональными органами. В такой игре интересы (опыт) игроков могут противоречить друг другу в силу иллюзий, соблазнов и т.п., а сигналы, поступающие от «агентов», могут зримо не совпадать с интересами «общего я». Тем не менее многомерность задач и интересов индивида в процессе живого действия, а также характер проблем, встающих при теоретической характеристике взаимоотношений множества человеческих «я», говорят не только о естественности, но и о целесообразности такого подхода.

В дальнейшем мы опишем формальную теоретико-игровую модель принятия решений и введем ряд концепций равновесия, соотнесем их с определенными аспектами психологической реальности человека действующего и, наконец, отметим ряд открытых вопросов и наметим дальнейшие направления развития исследований.

Теоретико-игровая модель принятия решения

Игра определена в нормальной форме, поскольку задана тройка G = {*N, S, u*}, где *N* — множество игроков *i* = 1, ... *N, S* — множество профилей чистых стратегий, определенное как Декартово произведение профилей стратегий S_i, по одной из стратегий $s_{1k} \in S_i$ на каждого игрока *i*. Каждая комбинация стратегий всех игроков задает профиль $s = \{s_{1k}, \ldots s_{Nl}\}$, $s \in S$, $s_i \in S_i$ и, наконец, $u_i(s)$ — множество платежей для каждого игрока *i,* определенное для каждого профиля стратегий, $u = \{u_1(s), \ldots u_N(s)\}$. Значения множества платежей на языке теории игр называются значением функции полезности — действительнозначной функцией, отображающей предпочтения, так что чем больше платеж, тем лучше игроку. Игры в нормальной форме традиционно записываются в виде таблиц, где по строкам записываются стратегии игрока 1, по столбцам — игрока 2. В строках таблиц записываются платежи через запятую для каждого профиля стратегий — по умолчанию, на первом месте платежи игрока, играющего по строкам, на втором — по столбцам;

если игроков больше двух, третий игрок будет выбирать матрицы и т.д. (примеры см. ниже рис. 2 и 3).

В игре в нормальной форме игроки принимают решения одновременно. Напротив, динамическая игра с полной информацией состоит из последовательности ходов, или действий игроков, где каждый следующий игрок принимает решение о своем действии после того, как принял решение предыдущий, и наблюдая все, что произошло в игре до этого, то есть полную историю игры. Формально такая игра записывается как пятерка $\{N,\{A_i\},H,P,\{u_i\}\}$, где снова N — множество игроков, $H = \{h^t\}$ — множество всех историй игры, складывающейся из действий игроков, то есть одного из решений $a_i \in A_i(h^t)$ — множества возможных действий игрока i после истории h. Иначе говоря, история после периодов 1, 2, ...t есть $h^t = (a^1_i, a^2_j, ...a^t_n)$ — это последовательность фактических ходов игроков $i,j, ...n$, которым был черед ходить в момент 1, 2, ...t. Множество всех возможных историй до стадии t включительно обозначается H^t, а порядок ходов игроков — функцией ходов $P(h)$: $h \rightarrow i$ — функция ходов, устанавливающая, кому из игроков надо ходить после истории h для всех $h \in H/Z$, где Z — множество конечных историй, то есть таких историй, после которых не ходит ни один игрок и на которых определены платежи u всех игроков как функция от фактически сыгранных историй, приведших к элементу множества Z.

Стратегии S_i в игре в нормальной форме и действия A_i в игре в развернутой форме связаны друг с другом. Каждой развернутой форме соответствует нормальная форма, в которой каждая стратегия каждого игрока — это один элемент Декартова произведения всех действий на всех периодах — по одному действию из каждого периода. Неформально говоря, стратегия — это полный план того, что игрок будет делать в игре всякий раз, когда может наступить его очередь ходить, причем стратегия определена даже для тех ситуаций, когда история игры не предполагает, что игроку предстоит предпринять предписанное стратегией действие. Рассмотрим в качестве примера игру, известную как расширенный ультиматум Зельтена (Райнхард Зельтен — выдающийся немецкий экономист, нобелевский лауреат 1994 г.). На рис. 1 представлена эта игра в виде дерева игры, где в вершинах (узлах) обозначены номера игроков, которые ходят в каждый

момент времени, около ветвей (ребер) обозначены действия, а в конечных узлах подписаны платежи игроков при той же конвенции, что на первом месте записываются платежи игрока 1.

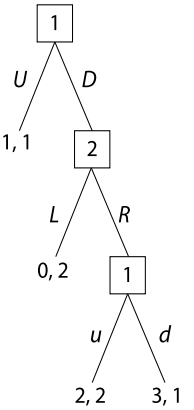


Рис. 1. Расширенный ультиматум Зельтена

Традиционный, «рациональный» способ решения игр в развернутой форме состоит в рассуждении от конца в начало игры (метод обратной индукции, обобщенный до понятия равновесия, совершенного по подыграм в работах того же Зельтена). Если игра дойдет до последнего узла, то игрок-1, который принимает здесь решение, предпочтет выбрать действие *d*, а не *u*, поскольку в этом случае он получит 3, что больше, чем 2, — его платеж в случае *u*. Рациональный игрок-2 должен предвидеть такое развитие событий и ожидать, что если он выберет действие *R* на своем ходу во втором периоде, игра завершится на истории с платежом 3,1, так что его ожидает выигрыш 1. Сравнивая его с выигрышем в случае, если игрок-2 сыграет *L*, этот игрок предпочтет последнее действие, поскольку оно приводит к исходу 0,2 и дает ему платеж $2 > 1$. Наконец, игрок-1, принимающий решение на первой стадии, должен рассчитать все это и понять, что передача первого хода игроку-2 завершится действием *L* этого последнего и даст игроку-1 платеж 0, что хуже, чем выигрыш 1, если игрок-1 на первом ходу выберет действие *U*. Таким образом, в этой логике по обратной индукции рациональное предсказание одно — 1,1, которое, заметим, менее выгодно игрокам,

чем любой из возможных исходов после последнего периода. Именно такое предсказание следует из логики рассуждений по обратной индукции, поскольку «рациональные» игроки должны исходить только из собственных интересов и полагаться только на себя, не доверяя пустым обещаниям и угрозам противников. Так, если игрок-2 во втором периоде «пообещает» (неформально, поскольку прямая коммуникация в играх не предусматривается), что если игрок-1 передаст ему ход после периода 1, сыграв *D*, то он сам вернет ему ход, сыграв *R*, что даст возможность игроку-1 поступить «по справедливости» на втором ходу, — то у игрока-1 нет оснований доверять этому обещанию, по крайней мере, исходя из чисто прагматических представлений. В самом деле, рациональный игрок-1 должен понимать, что игрок-2 понимает, что на последней стадии он (игрок-1) выберет *d*, и игроку-2 достанется 1, тогда как если игрок-2 его обманет и сыграет *L* на своем ходу, то обман даст ему $2 > 1$. Соответственно, такому обещанию игрока-2 рациональный игрок-1 не должен доверять. Аналогично рациональный игрок-2 не должен доверять обещанию игрока-1 сыграть *u* на последней стадии, если игрок-1 попробует под этим предлогом «уговорить» игрока 2 вернуть ему ход, ответив *R* на первый ход *D* игрока-1. И в том и в другом случае подобные «ультиматумы» не должны вызывать доверия у рациональных игроков.

Остановимся на этом и сделаем небольшое отступление в область психической реальности. Ключевое понятие в этой теоретико-игровой конструкции — «рациональность», трактуемое в экономике как следование своим хорошо определенным и осознанным интересам. Понятие «осознания» совершенно беспроблемно с точки зрения экономиста-неоклассика, который, однако, лишь потому и может позволить себе такую интерпретацию, что совершенно абстрагируется от психологической реальности, стоящей за этим понятием. Реальность эта тем не менее может быть возвращена в экономическую модель, если интерпретировать стратегии в игре не как осознанный план действий отдельных индивидов, а как микромодель психического отбора линии поведения (или того действия), которая в наилучшей степени соответствует представлениям индивида о собственном благе. Относительно такой линии поведения можно с уверенностью

утверждать, что индивиду не захочется с нее свернуть в складывающихся условиях деятельности, а эта характеристика, по сути, уже есть не что иное, как парафраз определения равновесия Нэша.

Стремление психики к устойчивым, равновесным состояниям — не новая тема в психологии: так, Л.С. Выготский писал: «Психика выбирает устойчивые точки действительности среди всеобщего движения. Она есть островки безопасности в гераклитовом потоке. Она есть орган отбора, решето, процеживающее мир и изменяющее его так, чтобы можно было действовать» [Выготский, т. 1, с. 347]. Устойчивость к внешним возмущениям, равновесность психической картины мира как столп и утверждение возможности действия в океане неуверенности и хаоса. Это, по Выготскому, одновременно и активное начало преобразующего мир сознания, и инструкция, или, как сейчас модно выражаться, «дорожная карта» действия, не противоречащего интересам действующего индивида, то есть как раз равновесного.

Выготский, однако, продолжает: «В этом ее положительная роль — не в отражении (отражает и непсихическое; термометр точнее, чем ощущение), а в том, чтобы не всегда верно отражать, то есть субъективно искажать действительность в пользу организма» [Там же]. Что может теория игр поставить в соответствие этому представлению?

Первое искажение действительности, позволяющее уберечь индивида от ошибок, содержится уже в самом определении стратегии и в соответствии игры в нормальной форме конкретной развернутой форме. Равновесность избранной линии поведения (выбранного действия) обеспечивается не только фактом его конечной желательности при решении методом обратной индукции, но и — что несколько менее очевидно — неизменностью следования тому же принципу в любом узле на дереве игры, и как бы ни складывались обстоятельства. Этот факт отражен в определении стратегии для игры в развернутой форме, которая по-прежнему определена как полный перечень действий игрока в любой ситуации, где у него может быть возможность выбрать какое-то действие. Понятно, что такая возможность определяется только ходом игры, однако полный перечень таких ситуаций должен включать все возможные решения, поскольку в противном случае невозможно будет гарантировать повсемест-

ное соблюдение интересов индивида, то есть рациональность поведения.

Нормальная форма той же игры, что и на рис. 1, представлена на рис. 2. Здесь у игрока-1 имеется четыре стратегии, так как выбирая, сыграть ли ему сразу U или D, ему надо знать, что он сделал бы, если бы он сыграл D, а оппонент ответил бы L или R. Иначе говоря, список стратегий игрока-1 задается парами (U,u), (U,d), (D,u) и (D,d). Такое определение диктуется требованиями рациональности: наличие стратегии означает, что игрок должен понимать, что он будет делать даже в том случае, если ему не предоставится возможность принять решение.

	L	*R*
U, *u*|*DR*	1*, 1*	1 , 1*
U, *d*|*DR*	1*, 1*	1 , 1*
D, *u*|*DR*	0 , 2*	2 , 2*
D, *d*|*DR*	0 , 2*	3*, 1

Рис. 2. Развернутая форма для расширенного ультиматума Зельтена

Равновесия в этой игре определяются по Нэшу — как профили стратегий со взаимными наилучшими ответами, то есть такими стратегиями, от которых ни одному игроку нет смысла уклоняться, если только противник тоже не уклоняется от нее. Наилучшие ответы каждого из игроков на стратегии оппонентов на рис. 2 отмечены звездочкой (*), равновесия же достигаются в тех ячейках, где знаки * встречаются дважды, у обоих игроков. Такие ситуации встречаются дважды, и, следовательно, в игре возникают два равновесия в чистых стратегиях, в соответствии с которыми игрок-1 должен сразу играть U, а игрок-2 ответил бы на это L. Оба эти решения вполне рациональны; однако не рационально решение $u|DR$ для игрока-1 на последней стадии игры. Ведь как мы видели раньше, это действие хуже для игрока-1, чем его же действие u для такого исхода — следовательно, равновесная стратегия $(U, u|DR)$ является нерациональной, и тем не менее равновесной! Обобщая этот пример, можно формально показать, что, множество равновесных, по Нэшу, стратегий есть подмножество множества стратегий, равновесных по подыграм. Таким образом, попытка обосновать выбор стратегии рациональным

поведением игроков оказалась чреватой своей противоположностью. Как же можно объяснить такой результат?

Представим себе, что игрок решает некоторую задачу, например, пытается попасть мячом в ворота, но тут на него набрасывается защитник команды противника, и мяч срывается с ноги и летит мимо ворот. С точки зрения стратегических целей игрока он делал все правильно — осуществлял полезную деятельность, старался забить гол. На практике не вышло, однако это практически неудачное действие не обессмысливает еще саму деятельность игрока, не делает несостоятельным его план все-таки забить гол. Конечно, «мы можем всегда допустить, что деятельность осуществляется одним-единственным действием, осуществляющим деятельность.., (но) вопрос о том, имеем ли мы дело с одним действием, осуществляющим деятельность, или с целой цепью действий? Это вопрос конкретного исследования, так как эти отношения меняются в зависимости от условий, в которых протекает деятельность, от ее уровня развития и т.д.» [Леонтьев, 2011, с. 90]. Таким образом, если даже данное действие может рассматриваться как ошибочное, то с более общей точки зрения, с позиции деятельности рациональность целеполагания (а следовательно, равновесное состояние психики игрока) сомнений вроде как вызывать не должно (если, конечно, предположить, что игрок действительно хочет добиваться результатов!).

С технической точки зрения проблема несколько более серьезна. Стандартный способ решения проблем множественности равновесий, опять-таки предложенный Зельтеном, состоит в том, чтобы определить равновесие как совершенное (perfect), если стратегия остается равновесной к небольшим пертурбациям в стратегиях оппонентов данного игрока. Формально равновесие будет совершенным, если для каждого игрока стратегия s_i^* является наилучшим ответом не только на данный профиль стратегий оппонентов s_{-i}^*, но и на профиль вполне смешанных стратегий σ_{-i} — распределения вероятностей, в котором каждый из игроков играет предполагаемую равновесную стратегию s_{-i}^* с высокой вероятностью 1-ε, а все остальные стратегии — s_{-i}, с вероятностью ε′, s_{-i}'' с вероятностью ε″ и т.д., в сумме с вероятностью ε. Если хотя бы одна такая последовательность ε-игр существует — равновесие является совершенным. Поскольку это

ограничение носит дополнительный характер по сравнению с требованиями равновесности, по Нэшу, свойство совершенства является строгим надмножеством этих последних. В данном случае в игре на рис. 2 оба равновесных профиля (*U*, *u*|*DR*; *L*) и (*U*, *d*|*DR*; *L*) будут также совершенными, поскольку, например, в профиле стратегий (*U*, *u*|*DR*; *L*) платеж игрока-1 на эту стратегию (1) будет не хуже, чем его платеж при смешанной стратегии $1 \times (1 - \varepsilon) + 1 \times \varepsilon_2 + 0 \times \varepsilon_3 + 0 \times \varepsilon_4$, где ε_2, ε_3, ε_4 — вероятности, с которыми этот игрок будет играть стратегии *U*, *d*|*DR*; *D*, *u*|*DR*; *D*, *d*|*DR*, соответственно, и $\varepsilon = \varepsilon_2 + \varepsilon_3 + \varepsilon_4$. То же самое будет справедливо и для другого равновесного профиля.

Проблема, однако, в том, что оба равновесия в игре на рис. 2 оказываются совершенными, тогда как первое из них, *U*, *u*|*DR*, явно хуже — оно предполагает неравновесную игру на последней стадии, где *u* хуже чем *d*, и именно поэтому, как мы видели, не является совершенным по подыграм.

Элегантное решение, предложенное Зельтеном для данного случая [Selten, 1975], состоит в том, чтобы представить каждого игрока, имеющего несколько прав выбора, в виде не одного, а последовательности (мини-, или под-игроков), или агентов — по одному для каждого периода, когда данному игроку выпадает черед ходить. Если интересы каждого из таких агентов совпадают с интересами «основного» игрока, который делится с ними своими предпочтениями и всей полнотой информации, то в этом случае равновесие окажется совершенным только тогда, когда оно будет устойчивым к пертурбациям стратегий каждого агента — то есть и совершенным по подыграм. С формальной точки зрения игра на рис. 2 переписывается как игра трех игроков (двух агентов игрока-1 и игрока-2), из которых первый (агент 1 игрока-1) выбирает строки, второй (игрок 2) выбирает столбцы, а третий (агент 2 игрока-1) — матрицы. Эта игра представлена на рис. 3, где платежи первого и третьего игроков при этом совпадают, и записаны на первом и третьем месте.

Звездочками (*) снова отмечены те платежи, которые соответствуют наилучшим ответам каждого игрока на профиль стратегий оппонентов. Так, если игрок-2 и агент 2 игрока-1 выберут *R* и *d*, соответственно, то агент 1 игрока-1 будет сравнивать платеж 1 в случае *U* и 3 в случае *D*, и выберет последний. В этом

случае равновесными также окажутся две левые ячейки в левой матрице, соответствующей стратегии *U* агента 1 игрока-1 и стратегии *L* игрока-2. Однако в этой игре трех игроков стратегия *u* перестает быть совершенной для агента 2 игрока-1. Если существует некоторая вероятность, что игрок-2 сыграет *R* и агент 1 игрока-1 сыграет *D*, то с некоторой отличной от нуля вероятностью ε в игре сложится профиль (*R*,*D*), и агенту 2 игрока-1 выгоднее будет сыграть *d* вместо *u*: в случае такого уклонения он получит 3 с вероятностью ε, что больше чем 2 с вероятностью ε, если он по-прежнему играет *u*, тогда как его платеж в случае неуклонения так или иначе составит 1. Напротив, стратегия *d* для агента 2 игрока-1 остается совершенной: уклонение оппонентов в профиль (*R*,*D*) не делает более привлекательной стратегию *d*, поскольку 2 < 3. Этот подход, таким образом, устанавливает взаимно однозначное соответствие — понятие совершенного равновесия в игре трех игроков в нормальной форме и равновесия, совершенного по подыграм в игре в развернутой форме (можно показать, что это соответствие справедливо и в общем случае).

	U	
	L	*R*
u	1* , 1*, 1*	1* , 1*, 1
d	1* , 1*, 1*	1* , 1*, 1

	D	
	L	*R*
u	0 , 2*, 0	2 , 2*, 2*
d	0 , 2*, 0	3*, 1, 3*

Рис. 3. Расширенный ультиматум Зельтена в агентской нормальной форме

Психологические основания множественности личности

Представленное выше теоретическое описание конфликта между разными «инкарнациями» одного *я* имеет достаточно буквальное соответствие в психологической литературе. Во-первых, само «разложение» игрока-1 на двух его «представителей»-агентов более чем созвучно идее множества «я», живущих в одном и том же человеке:

Как мир меняется — и как я сам меняюсь,
Лишь именем одним я называюсь.
На самом деле то, что называют мной,
Не я один. Нас много. Я — живой
Чтоб кровь моя остынуть не успела,

Я умирал не раз. О, сколько мертвых тел
Я отделял от собственного тела!
И если б только разум мой прозрел
И в землю устремил пронзительное око,
Он увидал бы там, среди могил, глубоко
Лежащего меня. Он показал бы мне
Меня, колеблемого на морской волне,
Меня, летящего по ветру в край незримый,
Мой бедный прах, когда-то так любимый.

Н. Заболоцкий. Метаморфозы

Говорящее, деятельное «я» в этом контексте явно отделяется от разных его «инкарнаций», или *я*-действующих в качестве агентов лица, осуществляющего деятельность. Подобное представление, кстати, уже вошло в предметное поле современной экономической литературы — в «поведенческую экономику» (см., напр.: [Carrillo, Mariotti, 2000; Benabou, Tirole, 2002; Rabin, O'Donoghue, 2002]). «Основной» индивид, осуществляющий деятельность, как бы формирует около себя целую цепочку агентов, выполняющих конкретные функции. В нашем простейшем примере эти функции сводились к двум — агент 2 игрока-1 принимал рациональное решение на последней стадии (если бы до нее дошло дело), а агент 1 этого же игрока взвешивал ожидающие его «патрона» перспективы и принимал решение.

Здесь, вероятно, следует сделать оговорку: решение, рекомендованное в итоге обоими игроками и агентами (и поддержанное равновесными определениями теории игр), выглядит контринтуитивным с точки зрения интересов самих игроков. В самом деле, ведь они могли бы получить ровно вдвое больше на двоих, прими они решения (D,R,u), соответственно, которое приводило к платежам 2,2. В рамках традиционной логики экономистов, исходящих из того, что все игроки и экономические агенты в любом случае заинтересованы в максимизации собственной выгоды в каждом периоде, где им предоставляется возможность действия, — единственно верным будет именно описанное выше решение. Оно, однако, не является единственно *возможным* с теоретико-игровой точки зрения, поскольку теория игр основана не на предпосылках эгоистической максимизации,

а на принципе взаимодействия и взаимозависимости — точно так же как, к примеру, в процессе механического действия моторная и когнитивная функции индивида взаимно обусловливают и подтверждают друг друга [Гордеева и др., 1998]. Подобный же принцип можно применить к любой деятельности — на уровне сознательного планирования стратегических решений, и даже к любому действию — на уровне формируемых ad hoc *функциональных органов* (А.А. Ухтомский), формируемых «только в случае необходимости выполнения действия, после чего прекращается физиологическая поддержка их существования» [Додонов, 2006].

Способность создавать такие функциональные органы относится к числу фундаментальных особенностей человеческой психики, что, собственно, и позволяет обеспечивать гибкость реагирования индивида на изменяющиеся обстоятельства окружающей действительности, его «толерантность к неопределенности» (В.П. Зинченко). Агентская модель в игре применима, к примеру, для описания решения механических задач, в отношении которых Н.Д. Гордеева с соавторами формулируют «гипотезу о наличии в движении двух форм чувствительности — к ситуации и к собственному исполнению», и обосновывают экспериментально «чередование этих форм чувствительности в процессе реализации движения.., (которое) позволяет движению эффективно функционировать на всем своем протяжении, реагируя и адекватно перестраиваясь в ответ на разнообразные внешние ситуационные воздействия, а также на возникающие внутренние дисфункции, обусловленные биодинамикой процесса управления движением» [Гордеева и др.,1998, с. 87]. В процессе выполнения любой, даже самой простой на вид задачи, психика (или «основной» индивид) определяет цель (расставляет значения полезности в зависимости от движения по дереву игры в динамике) и формирует отдельные органы, «ответственные» как за моторную функцию, так и за контроль над качеством реализации избранной траектории. В результате «осознанное произвольное управление действием оказывается возможным только благодаря тому, что оно само становится объектом ощущения и предметом познания» [Там же, с. 97], то есть результатом рационального выбора на уровне не ratio, но психики.

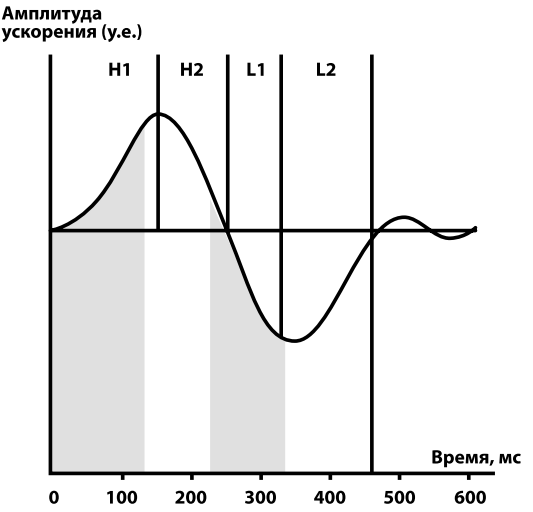


Рис. 4. Соотношение форм чувствительности и фаз действия

Примечание: Чувствительность к ситуации — заштрихованная область, чувствительность к собственному исполнению — светлая.
Источник: [Гордеева и др., 1998, с. 95].

В эксперименте Гордеевой с соавторами испытуемый, сидящий перед компьютером, должен был при помощи рукоятки манипулятора (джойстика) совместить управляемый курсор с целью, находящейся в другой части экрана, действуя на разных скоростях. Авторы выделяют четыре фазы действий испытуемых — разгона по мере приближения к цели (H1 и H2), и приближения по мере точной доводки курсора до цели (L1 и L2) — рис. 4. Как видно из рисунка, чувствительность к ситуации почти точно совпадает с фазами ускорения для разгона и приближения (H1 и L1), тогда как чувствительность к исполнению соответствует замедлениям (H2 и L2).

Та же задача в терминах агентской нормальной формы для игры одного участника в схематическом виде представлена на рис. 5. В игре участвуют только четыре агента одного и того же игрока (испытуемого), интересы которых полностью совпадают, поэтому платежи задаются одним числом. В целях упрощения каждый агент может предпринять одно из двух действий. Агенты на стадиях ускорения могут действовать быстро (fast, F для H1,

f для L1) или медленно (slow, S и s соответственно), причем быстрое действие добавляет к выигрышу 1, а медленное — вычитает 1. Агенты на стадиях замедления могут ускоряться (accelerate, A для H2, а для L2) или тормозить (break, B и b соответственно), причем на этот раз первому агенту ускорение приносит −1, торможение +1, тогда как второму ускорение приносит +1, а торможение — 0, поскольку на этой стадии скорость влияет только на время, но не на общее качество выполнения задания. Результирующие платежи показаны в нижней части дерева. Очевидно, в данном случае игроку выгоднее всего сначала ускориться, потом замедлиться, проконтролировав качество своего ускорения, затем сделать еще один «рывок» и точно довести курсор до цели. Решая ту же задачу по обратной индукции, получаем тот же самый исход, который, разумеется, будет и совершенным в агентской нормальной форме.

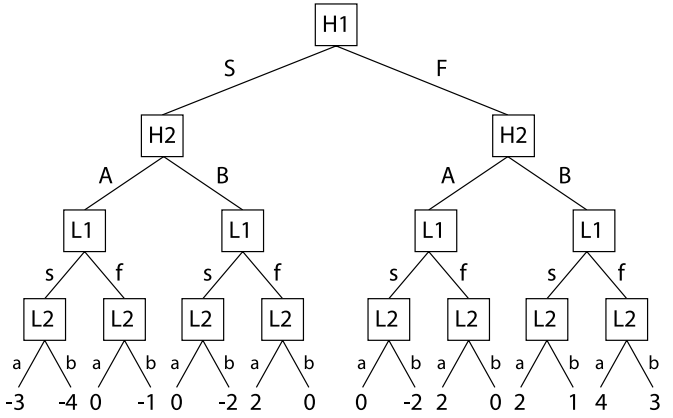


Рис. 5. Задача управления движением

В данном случае задача выглядит очевидной (и даже тривиальной) — отметим, однако, два обстоятельства, которые не включены в описание игры в нормальной форме и тем не менее присутствуют в задаче, которую решает испытуемый, осуществляющий это живое движение. Во-первых, для выбора именно этой, равновесной траектории требуется определенное напряжение и концентрация воли, а также адекватность собственного суждения о своих действительных способностях. Так, если

«основной игрок», или его агент L2 на стадии приближения «не уверен», что он сможет действительно быстро довести курсор до цели, то оптимальным может быть стратегия замедления, а не ускорения, что приведет к переопределению платежей и, соответственно, смене оптимальной стратегии. В этом случае неспособность верно оценить свои истинные способности (или достаточно быстро учиться на своих ошибках) может привести к тому, что в самый ответственный момент «рука дрогнет», агент совершит ошибку и, следовательно, принятое им решение окажется неоптимальным.

Второе обстоятельство тесно связано с первым и даже вытекает из него. И спецификация платежей, и выбор стратегий агентами в соответствии с интересами «основного» игрока возможны только в одном случае — если этот последний безоговорочно и полностью *доверяет* своим агентам. На первый взгляд это доверие выглядит беспроблемным (как можно не доверять собственным чувствам?), но, разумеется, только на первый. Рука может подвести, самооценка оказаться завышенной и даже представления о собственных чувствах могут оказаться обманчивыми, как красноречиво поведано еще в «Рассуждении о методе» Декарта. Выходит, что даже в этой простой, формальной задачке заложен еще один принцип, который остается латентным как в теоретико-игровой, так и в экспериментальной постановке: каков тот механизм, что обеспечивает связи между моторным и контролирующим / сознательным *я*?

Короткий ответ на этот вопрос, по-видимому, дать невозможно, однако теоретико-игровая постановка подсказывает еще одну характеристику такому чувству доверия, на этот раз внешнюю. Обратимся еще раз к первой форме игры, представленной на рис. 1, но только дадим ей несколько другую интерпретацию, соответственно с которыми переопределим платежи, как на рис. 6. Пусть игрок-1 — это нападающий футбольной команды, который приближается к воротам противника и может пробить с ходу (решение *U*), а может пойти в обыгрыш стоящего перед ним защитника (игрока-2, решение *D*). Удар с дальней дистанции дает равные шансы попадания и непопадания и равные платежи обеим сторонам — 0,5 и 0,5. Напротив, выход в обыгрыш может завершиться как полной победой защитника, который отберет

мяч и все лавры (платежи 0 нападающему и 1 защитнику), либо же победой нападающего с выходом один на один, где его шансы в любом случае будут выше и когда он уже заведомо продемонстрирует свой класс как игрок атаки. На этой последней стадии, однако, нападающего подстерегает еще один стратегический выбор: он может сыграть просто, когда его шанс попасть будет вдвое выше, чем в случае удара издалека (действие *u* с платежом 1, тогда как соперник получает 0), или попытаться сыграть красиво, когда нападающий получит выигрыш 4 в случае успеха и 0 в случае неудачи, и равный шанс на удачу есть и у вратаря, который может отбить его удар, получив 1, или пропустить гол, получив 0. Тогда ожидаемый выигрыш нападающего составит $4 \times 0{,}5 + 0 \times 0{,}5 = 2$, выигрыш вратаря — $1 \times 0{,}5 \times 0 \times 0{,}5 = 0{,}5$, что и представлено на дереве игры. Нетрудно заметить, что структура платежей, а следовательно, и равновесные исходы (и даже совершенные равновесия) в этой игре аналогичны тем, что были представлены на рис. 1, хотя интерпретация будет иной.

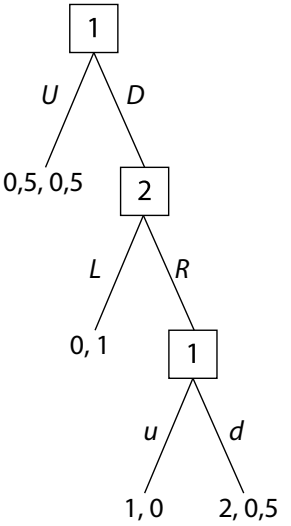


Рис. 6. Доверие в игре в футбол

Представим себе, что в этой игре нападающий («основной» игрок-1) очень азартен и знает за собой, что если он пойдет в

обыгрыш и обыграет, то обязательно нанесет красивый удар, где его шансы на ошибку будут не так уж и малы. Конечно, достаточно высокое *не*доверие основного игрока-нападающего к своему агенту 2 может привести к переопределению платежей и, например, снижению ожидаемого выигрыша в случае красивого удара с 2 до величины меньшей 1; однако такое решение требует от «основного» игрока известной самокритичности и недоверия к себе самому в роли агента 2. Структура игры, представленная на рис. 6, допускает другое решение: пусть «основной» игрок-1 и его агент 1 достаточно *доверяют* защитнику и понимают, что он не даст себя обвести. В этом случае ему нет смысла напрягаться и переопределять платежи для своего агента 2 — достаточно понимания того, что до этой стадии игры защитник его все равно не допустит, и значит, можно спокойно бить издалека, как, собственно, и предписано совершенным равновесием!

Оставив в стороне эстетическую сторону дела (в конце концов, болельщики любят красивую игру!), заметим, что в данном случае совершенное равновесие, предполагающее красивую игру со стороны агента 2, предсказывает, что до этого дело не дойдет. Причина заключается именно в том, что *недоверие* к агенту 2 со стороны «основного» игрока-1 компенсируется его *доверием* к игроку-2. Это обстоятельство позволяет снижать груз ответственности на игрока-1, по сути, перекладывая часть задачи на плечи партнера по игре. Иными словами, в отличие от индивидуального принятия решений в задачах коллективного взаимодействия, доверие к себе опосредуется и осмысливается через *другого* — того, во взаимодействии с кем данная деятельность приобретает смысл. С этой точки зрения доверие — это социальное чувство или еще иначе, заимствуя гегелевскую терминологию, — инструментальное чувство как вещь-для-нас, возникающая в процессе соотнесения моих глобальных интересов с интересами других, включая каждого из множества объективированных и живущих во мне «я». Однако совсем полное, бесповоротное оправдание может получить лишь доверие, порожденное сознанием того, что против тебя играет *другая* сила, интересы которой, вообще говоря, с твоими не совпадают.

Заключение

Результаты нашего небольшого исследования можно резюмировать следующим образом. Во-первых, мы предлагаем теоретическую (теоретико-игровую) структуру для описания процесса человеческого действия, и в частности, взаимоотношений между разными «инкарнациями» действующего субъекта, которые работают на единую цель. Во-вторых, ряд иллюстраций этого представления и (достаточно неформальный) анализ ряда примеров, по-видимому, показывает, что взаимодействия рациональных игроков, преследующих хорошо определенную цель, и их агентов для любого здорового организма всегда должны приводить к исходам, равновесным в описывающей их игре. Наконец, мы рассмотрели ситуации межличностного взаимодействия в контексте доверия и показали, что взаимодействие нескольких игроков с противоречащими интересами может приводить к существенным содержательным изменениям в характере стратегического поведения и взаимодействия. С одной стороны, каждый игрок выступает в качестве ограничителя воли своего оппонента. С другой — сам факт присутствия такого стороннего ограничителя может снижать требования по доверию «основного» игрока к своим агентам и, как следствие, выступать в качестве эффективного «организатора» стратегических предпочтений первого игрока, что, в свою очередь, может однозначно предопределять предсказания такого взаимодействия.

Все эти результаты носят постановочный, неформальный характер и оставляют открытыми множество вопросов. В частности, мы не можем гарантировать существование равновесия в агентской нормальной форме в том случае, если в системе взаимодействия «основного» игрока с его агентами происходит сбой, вызванный, например, зрительной иллюзией, забвением или слабостью воли. Для этого случая, вообще говоря, не гарантируется выпуклость множества выигрышей для игрока и его функциональных агентов, так что их интересы могут не совпадать. Аналогичным образом мы не можем утверждать инвариантность такого представления относительно разного рода фантазий или креативных решений агентов, которые также нельзя исключать в условиях живого действия. Нельзя также говорить о том, что

интересы агентов всегда будут совпадать с интересами «основного» игрока в условиях неожиданных или креативных действий со стороны стратегических оппонентов и, соответственно, — что в этих случаях гарантирована полунепрерывность сверху их наилучшего ответа. С более общих позиций, не до конца понятно, каков онтологический статус «агентов» в такой теоретико-игровой модели, — в частности, следует ли считать их специфическим названием для функциональных органов, или же инструментальными порождениями стратегического разума «основного» игрока, и каковы пределы той или иной интерпретации?

Упомянув про все эти ограничения, нельзя не отметить другое: между человеческим действием в задачах индивидуального и коллективного принятия решений и теоретическим осмыслением подобного рода действий присутствует четко определенная связь; и осмысление ее природы, по-видимому, и есть одна из основных (если не самая главная) задач исследователя человеческого поведения. И если человек может доверять своему собственному телу (органам чувств, представлениям, ценностям), едва ли у него меньше оснований доверять собственному внутреннему чувству, подсказывающему, в каком направлении можно исследовать психическую реальность в попытке пролить свет на природу рациональности и пределы рационального познания человеческой психики.

© Белянин А.В., Зинченко В.П., 2013

Глава 4. Социально-психологическое содержание доверия

Введение

Среди многих сил, которые действуют в обществе, одной из них, часто незаметной и во многих случаях игнорируемой, принадлежит вместе с тем ведущая роль в организации социального взаимодействия и взаимопонимания людей. Эта сила — доверие. Выдающиеся мыслители как прошлого, так и современности всегда придавали ей высочайшее значение, хотя многие политики и руководители недооценивают ее важность и упускают связанные с ней возможности налаживания конструктивного диалога в решении социальных проблем. Тем не менее она все больше ценится во всем мире, может быть, потому, что доверие все определеннее утрачивается обществом и его дефицит самым пагубным образом разделяет социум.

Из многих и многих наук, изучающих общество и человека, социальная психология ближе всего к реальной жизни людей, поскольку проблемы человека и межличностных отношений становятся предметом ее исследования — ее интересуют непосредственные психологические эффекты человеческого взаимодействия. Социальная психология сквозь призму научности смотрит на то, с чем обычный человек имеет дело в своей обыденной жизни. Она дает свои ответы на те же вопросы, на которые их ищет любой человек, и надеется, что их основательность и обоснованность сыграют свою позитивную роль в улучшении социальной организации и жизни людей. Доверие — одна из новейших проблем социальной психологии как науки, хотя эта сила действовала во все эпохи. Доверие вошло в научную проблематику, поскольку оно стало все более осознаваться в качестве острой социальной проблемы — проблемы утраты доверия в современном обществе.

Доверие составляет существенный момент межличностного общения, межгруппового и организационного взаимодействия,

а также функционирования общества в целом. Феномен доверия присутствует в политических и экономических отношениях, в сферах медицины, образования, религии, в частной жизни и т.п. Собственно говоря, в любой области общественного бытия наличествует тот аспект взаимоотношений между людьми, который может быть выражен понятием доверия (или недоверия), проявляемого отдельным индивидом, группой или обществом в целом к другому лицу, группе, тому или иному социальному явлению. Тем самым доверие представляет собой тотальную эмпирическую категорию, которая требует своей адекватной теоретической экспликации как существенной характеристики функционирования социального организма, без которой объяснение общества будет неполным.

На данный момент к психологическому анализу доверия обратилось довольно значительное число специалистов, выполнивших важные исследования в этой области. Назовем хотя бы некоторых из них. Это такие западные ученые, как Э. Эриксон (онтогенез доверия; базисное доверие; базисное недоверие), К.Р. Роджерс (доверие и самоактуализация личности; доверие к природе человека), А.Г. Маслоу (доверие и самоактуализация; факторы, формирующие доверие; доверие и здоровье; проблема недоверия в современном обществе); Э. Фромм (вера и доверие; доверие и бессознательное знание; утрата доверия к себе), Э. Шостром (доверие и самоактуализация; терапия недоверия), Б. Мисцал (интегральная концепция доверия), Р. Роббинс (гендерное доверие), Л. Лим, М.Дж. Плайтоу, Т. Постмис, М. Тейнис, М. Фодди, А. Чоу, Т. Ямагиши (доверие и социальная идентичность)[1].

Среди современных отечественных исследователей необходимо отметить работы следующих авторов, исследующих доверие в психологическом отношении: В.П. Зинченко, А.Б. Купрейченко,

[1] Список исследователей доверия можно продолжить: П. Андерсен, Э. Аронсон, И. Атватер, Д. Бирн, Р. Бэрон, К. Вердербер, Р. Вердербер, Д.С. Витакер, П. Глассер, Л. Гуэрреро, К. Даффи, Б. Джонсон, К. Диндиа, М. Зингер, Н. Керр, Дж. Коттлер, Х. Кутсурэс, С. Линдсколд, Д. Майерс, Н. Миллер, Н. Ошеров, М. Палуди, Э. Пратканис, Д. Пруйт, Дж. Рубин, К. Рудестам, Дж. Рempел, Сунг Хе Ким, П. Уолтерз, У. Уэйс, С. Файн, К. Фопель, Р. Харрис, С. Хассен, Р.Б. Хейз, К. Ховленд, Дж. Холмс, Р. Чалдини и мн. др. (см.: [Маслоу, 2001; Роджерс, 1998; Селигмен, 2002; Фромм, 1990; Шо, 2000; Эриксон, 2000; Axelrod, 1986; Dasgupta, 1988; Eisenstadt, 1995; Foddy et al., 2009; Good, 1988; King, 2002; Kramer, 1999; Misztal, 1996; Platow et al., 2012; Rotter, 1971; Tanis , Postmes, 2005] и др.).

Т.П. Скрипкина (общепсихологический анализ доверия); И.В. Антоненко, Е.В. Ашлапова, А.Л. Журавлев, И.В. Калинин, В.Н. Куницына, В.И. Лебедев, А.В. Сидоренков, П.Н. Шихирев (социально-психологические исследования доверия); В.В. Козлов, Р. Кочюнас, А.Н. Моховиков, Г.Н. Раковская, А.В. Скворцов, Н.Г. Устинова, Е.А. Холмогорова (доверие в психологических практиках)[1].

Социальный феномен доверия может рассматриваться с точек зрения различных социальных и гуманитарных наук, а в их границах — с позиций различных подходов. Будучи предметом исследования социальной психологии, доверие является прежде всего социально-психологическим отношением, фиксирующим собой психологические результаты взаимодействия социальных субъектов (или — в других терминах — социальных акторов). Поскольку такое взаимодействие протекает в первую очередь, в ходе совместной деятельности, то помимо психологии отношений (В.М. Бехтерев, А.Ф. Лазурский, М.Я. Басов, В.Н. Мясищев, В.А. Ганзен, В.Н. Куницына, В.Н. Панферов, Е.В. Левченко и др.) адекватным для социально-психологического исследования доверия выступает деятельностный подход и смысловая структура деятельности (М.Я. Басов, С.Л. Рубинштейн, А.Н. Леонтьев, Д.Б. Эльконин, В.В. Давыдов, П.Я. Гальперин, К.А. Абульханова-Славская, В.Д. Шадриков, А.В. Карпов, Г.А. Суворова и др.), а с учетом актуального проявления доверия в ситуациях релевантных доверию, — ситуационный подход (К. Левин, В. Мишел, Ф. Зимбардо, С. Милгрэм, Л. Росс, Р. Нисбетт, А.В. Карпов, М.М. Кашапов и др.) (см.: [Абульханова-Славская, 1980; Антоненко, 2004; Зинченко, 2001; Леонтьев, 1983; Мясищев, 1995; Росс, Нисбетт, 1999; Рубинштейн, 1989; Шадриков, 1982] и др.).

[1] К анализу различных аспектов доверия также обращаются: Г.А. Агуреева, С.В. Алабужева, И.В. Балуцкий, А.А. Баранов, О.Н. Бушмакина, М.Ю. Вишневкина, О.В. Голубь, М.Ю. Двоеглазова, М.С. Дорохова, С.Г. Достовалов, А.Н. Елизаров, О.О. Елисеева, Л.А. Журавлева, В.А. Зобков, Н.С. Колиенко, Л.П. Колчина, С.А. Корнев, А.В. Короченцева, И.В. Кузнецова, Д.В. Кулешов, В. Латынов, В.М. Львов, О.В. Маркова, В.В. Меньшикова, С.В. Пацынко, И.А. Переверзева, А.В. Полина, Л.В. Полина, Н.Б. Полякова, И.Ф. Прохорова, Д.Р. Сагитова, В.А. Сведюк, И.И. Сидоренкова, С.И. Симоненко, В.А. Сумарокова, С.П. Табхарова, Н.Ю. Тишкова, Г.Я. Файзуллина, О.Г. Фатхи, Н.Б. Шлыкова, М.Г. Шукюрова, М.В. Якушева и другие исследователи (см.: [Антоненко, 2004; 2006; 2008; 2012; Балуцкий, 2002; Белянин, Зинченко, 2010; Голубь, 2004; Журавлев, Сумарокова, 1998; Зинченко, 2001; Калинин, Ашлапова, 2000; Купрейченко, 2008; Сидоренков, 1998; Скрипкина, 2000; Устинова, 1997; Шукюрова, 2005] и др.).

Данные методологические основания исследования взяты в их корректном теоретическом синтезе как существенные аспекты многоуровневого проявления социально-психологического феномена доверия, что показано далее.

Содерждание, структура и динамика доверия

Социально-психологическая структура доверия. К основным структурным элементам доверия как социально-психологического явления относятся: субъект и объект доверия, отношение доверия, деятельностное содержание доверия, функциональный орган доверия, субъектные, объектные, средовые и ситуационные факторы доверия, ситуация доверия, социально-психологический механизм доверия, характеристики доверия как отношения, характеристики доверия как функционального органа, перцептивное, интерактивное и коммуникативное содержание доверия и социально-психологические функции доверия. Доверие необходимо рассматривать в узком (собственно доверие) и широком значении (весь спектр отношений доверие / недоверие, разные степени доверия и недоверия), а также соотносить с кругом смежных понятий, таких как вера, доверчивость, недоверчивость и др. [Антоненко, 2006].

Известно, что использование понятия объекта в онтологическом значении по отношению к людям в гуманитарных науках не всеми приветствуется. В то же время, как пишет, например, специалист по данной проблеме известный философ В.А. Лекторский: «Активность субъекта необходимо предполагает внеположенный ей объект. В противном случае она невозможна, как невозможным становится и сам субъект. Поэтому нередко встречающееся в отечественной философской литературе противопоставление двух типов отношений субъектно-объектных и субъектно-субъектных — в действительности лишено оснований. Оно основано на неправомерном отождествлении объекта с физической вещью. В действительности объектом может стать все, что существует...» И далее автор указывает, что существуют разные виды объектов и что в качестве объекта могут рассматриваться другие люди, собственные состояния сознания субъекта и т.п. [Лекторский, 2001]. На проблемы, возникающие в связи

с избеганием субъектно-объектного подхода в гуманитарных дисциплинах, также указывает И.Н. Карицкий, подчеркивая, что зачастую стирание понятийных различий между субъектом и объектом приводит к реальному искажению анализируемых ситуаций, в результате чего «объект насилия» легко превращается номинально в «субъект насилия», сохраняя при этом действительный онтологический статус жертвы [Карицкий, 2010]. В связи с этим, уходя от указанных терминологических двойственностей при теоретической экспликации социально-психологического феномена доверия, мы будем рассматривать всякое явление (другой человек, группа людей, организация и т.п.), по отношению к которому у субъекта формируется тот или иной уровень доверия (или недоверия), в качестве объекта доверия (недоверия), полагая, что субъект и объект являются необходимыми моментами взаимодействия человека и реальности, точнее — понятиями определенной категориальной системы, с помощью которой осуществляется адекватный анализ взаимодействия человека и реальности.

Доверие как аспект социального бытия. Доверие является доверием человека, осуществляющего свою «жизнь в мире». Первый момент, который обнаруживает исследователь проблемы доверия, — это бытие человека в мире со всеми его перипетиями, сложностями, многозначностями и многомерностями. Эта многозначность и многомерность — характеристики и человека, и мира. Чтобы в этой многосложности мира и человека что-то понять, надо внимательно вслушиваться, вглядываться, вчувствоваться в реальность. Чувствительному внутреннему оку вопрошающего что-то откроется, и это может быть важным для вопрошающего, хотя и не всегда облекаемым в словесную форму. Так делают поэты, художники, композиторы, драматурги, писатели, режиссеры, танцоры, философы, мистики, йоги и многие обычные люди. Но исследователь находится в сложной ситуации, ограниченной канонами науки и прагматикой результата, когда надо раскрыть в определенных и ясных категориях содержание исследуемого феномена. Значит, поневоле, он набрасывает на реальность какую-то категориальную сетку, чтобы ее структурировать, выделить свойства, функции, особенности и через это определить феномен. Вопрос только в том, насколько

адекватна исследуемому явлению эта понятийная система? И этот вопрос сопровождает изучающего данное явление на всех этапах его исследования. С одной стороны, феномен попадает в сети категорий, с другой — реальность выскальзывает из этой сети. Остаток реальности в сетях ученого — это и есть его теория об исследуемом явлении. Важно только не забывать, что теория и реальность это не одно и то же. Значит, теоретическое представление о доверии — это всегда весьма ограниченное представление о реальном феномене доверия.

Таким образом, обнаруживая «человека в мире», исследователь подходит к нему со своими научными мерками и категориями. «Человек в мире» есть некая целостность, а научный метод расчленяет эту целостность по своим правилам, так как иначе научное исследование явления не может быть проведено. Научный метод позволяет за «человеком в мире» обнаружить человека и мир как отдельные сущности, субъект и объект, взаимодействие человека и мира, качество этого взаимодействия. На стадии качества, в многообразии человеческих интенций и обнаруживается как одна из них специфическое качество бытия человека в мире — его доверие (или недоверие) к миру. Это доверие имеет полюса — человек и мир, и то, что соединяет эти полюса: человека, действующего на мир, осуществляющего свою предметную деятельность, и мир, действующий ответно на человека.

«Бытие человека в мире» в самом себе обнаруживает различение на субъект как активное начало, объект как то, на что направлена субъектная активность, и взаимодействие между ними. Доверие должно быть представлено в каждом из этих моментов: на стороне субъекта, на стороне объекта и во взаимодействии. На стороне субъекта мы имеем психическое явление доверие. На стороне объекта — тот внешний предмет (чаще всего другого человека), на который доверие направлено. Во взаимодействии — проявление доверия от субъекта к объекту. В каждом из этих случаев доверие должно быть конкретизировано в определенных психологических категориях. При этом, если общая психология или, например, психология личности могут до определенной степени абстрагироваться от внешнего мира и брать человека, так сказать, самого по себе, то социальная психология «обязана» брать человека вместе с социальным миром, поскольку

все ее эффекты — это многообразные психологические последствия бытия человека в социальном мире, его взаимодействия с этим миром, в первую очередь в масштабе межличностного взаимодействия. Другими словами, при социально-психологическом исследовании доверия должно быть изучено не только психическое содержание субъекта доверия, но психическое содержание объекта, релевантное доверию, и особенности их взаимодействия.

Доверие как метаотношение. Поэтапное углубление в сущность доверия дает возможность постепенно развертывать структуру доверия, раскрывая содержание отдельных его моментов. Доверие всегда является направленным социально-психологическим отношением от субъекта доверия к его объекту (согласно вышеуказанному классическому пониманию субъекта и объекта), и такое его представление является его самой общей моделью без какой-либо качественной характеристики собственно доверия. Субъектом доверия являются отдельная личность, социальная группа (большая и малая), общество в целом. Объектом доверия могут выступать отдельные люди, группы, социум, различные социальные явления, предметы и информация (в трех последних случаях объектом доверия являются социальные результаты человеческой деятельности, а опосредованно — все те же люди и их объединения). Соответственно этому доверие может быть изучено как доверие личности или той или иной социальной группы по отношению к перечисленным объектам доверия. Непосредственным предметом разработанной нами социально-психологической концепции является доверие в межличностных отношениях [Антоненко, 2004; 2006; 2008].

Доверие является не только особым отношением субъекта к объекту, но и определенным состоянием доверяющего (не доверяющего) субъекта, определяемым совокупностью актуально протекающих психических процессов, индуцированных ситуацией доверия через посредство специфического психического образования — функционального органа доверия (А.А. Ухтомский, А.Н. Леонтьев, В.П. Зинченко, А.Н. Гусев и др.). Орган доверия — это психическое образование, совокупностью своих процессов реализующее функцию доверия. Орган доверия образуется в онтогенезе личности, определяющую роль в его форми-

ровании играют ранние этапы социализации (первый год жизни), в основном связанные со взаимоотношениями с матерью, или лицом, заменяющим ее (Э. Эриксон, В.П. Зинченко и др.). Условия среды, которые максимально способствуют удовлетворению потребностей, одновременно являются условиями формирования доверия к ним. Особенности индивидуального развития органа доверия и актуально проявляемое доверие (его степень) определяются совокупностью интерактивных, перцептивных и коммуникативных процессов личности, связанных с ее ближайшим социальным окружением. Как результат, формируются личности с разным уровнем доверия к миру, то есть разные типы личности по основанию доверия: более или менее доверяющие, доверяющие и недоверяющие, доверчивые и недоверчивые.

Факторы, определяющие как актуальный уровень доверия, так и формирование базисного доверия личности в процессе социализации, в целом подразделяются на следующие группы: субъектные, объектные, средовые и ситуационные факторы, — каждая из которых, в свою очередь, состоит из ряда частных факторов, как психологических, так и непсихологических. Субъектные факторы определяются особенностями субъекта. Если речь идет об отдельной личности, то, в частности, — уровнем ее базисного доверия (типом личности), другими внешними и внутренними ее характеристиками, как постоянными, так и временными, например, состоянием эмоциональной и когнитивной сферы, здоровья, внешними атрибутами. Объектные факторы относятся к объекту доверия с учетом особенностей их субъектной перцепции. Разные субъекты к одному и тому же объекту проявляют разную степень доверия. Объектные факторы могут быть внешними и внутренними, постоянными и временными, атрибутивными и случайными. Средовые факторы доверия — это постоянно или долговременно существующие условия внешней среды, которые оказывают влияние на уровень доверия. Для экономических субъектов (не только личности, но и организации), например, таковыми являются стабильность экономической ситуации, тенденции экономического развития, развитость правовых механизмов, существующий уровень доверия в обществе и др. Ситуационные факторы определяют актуальный уровень доверия в текущей ситуации. Например,

уровень доверия в процессе переговоров может определяться участием в них третьей стороны.

Доверие формируется в процессе ранней социализации индивида как обобщенная реакция на некоторую совокупность внешних условий, которые составляют ситуацию доверия (ситуацию, релевантную доверию), то есть такую ситуацию, которая требует формирования или проявления доверия к некоторому условию среды, являющемуся тем самым объектом доверия. Эта ситуация активизирует такое психическое образование, как функциональный орган доверия через субъективную данность ситуации, и в результате субъект проявляет актуальное доверие по отношению к указанному условию среды как актуализатору доверия. Уровень проявляемого доверия является интегрированной характеристикой некоторого ряда отношений субъекта к объекту, в которой суммируются и нивелируются их положительные и отрицательные моменты в одном обобщенном отношении. Так, понимаемое доверие является метаотношением, то есть отношением, обобщающим другие отношения и сводящим их к одному интегральному, которое упрощает восприятие и взаимодействие с социальной средой.

В структуре доверия как отношения выделяются две стороны: собственно доверие субъекта к объекту и объектное отношение. Доверие является вторичным, встречным и эквивалентным отношением, формируемым на основе объектного отношения. Оно имеет имплицитно предсказывающий характер в отношении поведения объекта и тем самым детерминирует межличностные взаимодействия. Объектное отношение в целом может быть охарактеризовано как позитивное, нейтральное или негативное; рассеянно-направленное (адресованное всем) или лично-направленное к субъекту доверия. Если субъект проявляет в соответствии с объектным отношением в целом эквивалентное отношение, то такое отношение является доверием, тогда как существенное отклонение в сторону непропорционального доверия указывает на отношение доверчивости, в сторону недоверия — недоверчивости. Наличие или отсутствие эквивалентного характера субъектного отношения, а также существенность или несущественность объектного отношения позволяют развести понятие «доверие» с понятиями «вера» и «уверенность». Для веры

и уверенности, в отличие от доверия, несущественен характер объектного отношения.

Как и всякое отношение, доверие имеет стадии своего формирования. В обобщенном виде стадии генезиса психологического отношения следующие. Субъект имеет определенные потребности, желания, ценности, представления, цели. Они соотносятся с объектами социальной действительности (то есть с отдельными людьми или социальными группами, в предельном случае — с социальными институтами и обществом в целом) путем взаимодействия с ними или с их конкретными представителями (в случае больших социальных групп, социальных институтов и т.п.), восприятия результата взаимодействия и сопоставления первых со свойствами вторых. В результате формируется отношение к этим объектам как соответствующим или нет имеющимся потребностям, желаниям, ценностям, представлениям, целям.

Но доверие (или недоверие) к данному объекту обычно не формируется как результат разового взаимодействия с ним. Разовое взаимодействие формирует отношение не к объекту в целом, а к результату этого конкретного взаимодействия. При этом доверие или недоверие может быть сформировано по отношению к разным качествам, способностям, проявлениям объекта доверия, то есть оно избирательно не только в плане объектов, но и их отдельных сторон. Таким образом, доверие является обобщением ряда других конкретных отношений, опыта взаимоотношений с данным объектом по конкретным поводам, то есть генерализированным отношением.

Еще один момент отличия доверия от других отношений состоит в том, что большая часть отношений обычно формируется как результат опосредования потребностно-мотивационной сферой (теми или иными конкретными потребностями, мотивами, целями). То есть такое отношение в качестве своего основания имеет специфическую потребность, цель и т.п. Отношения любви базируются на потребности в любви, межличностные отношения — на потребности в общении, деловые — на необходимости решать определенные профессиональные задачи, властные — на сохранении структуры организации, поддержании статусов и т.п. В этом смысле доверие не имеет специфической потребности, мотива или цели. Оно формируется как неспецифическое

отношение, сопровождающее ряд других отношений, имеющих свои специфические потребности, мотивы и цели. Например, в ситуациях принятия решения, или оценки чьей-либо деятельности, условий безопасности, функционирования в процессе совместной деятельности и т.п. Это также является признаком доверия как метаотношения.

Основные *особенности метаотношения и доверия как метаотношения* — обобщение и сокращение других отношений, отсутствие специфической потребности, фоновый характер для других отношений, наличие потенциала предвидения, детерминация других отношений. Метаотношение формируется как обобщение опыта взаимодействия, но с момента, когда оно сформировано, начинает играть роль детерминирующего фактора поведения, деятельности, других отношений. В силу невозможности в каждом случае принятия решения производить подробный и относительно достаточный сбор необходимых данных и их анализ, зачастую на первый план выходит отношение доверия / недоверия к тем или иным обстоятельствам ситуации или конкретным ее участникам, что и обусловливает конкретные решения.

По своей сути и по мнению многих исследователей, общество функционирует как система многоуровнего доверия. Если в социуме не был бы достигнут определенный уровень доверия, общество не смогло бы существовать вообще. Этот факт превращает явление доверия из относительно ординарного в ряду других социально-психологических феноменов в важнейший фактор социальной жизни, имеющий не только психологическое содержание субъективного характера, но и существенное экономическое, социальное, управленческое, политическое и иное наполнение. А на теоретическом уровне осмысления возводит понятие доверия в ранг категории, отражающей важнейший социальный атрибут, в который как в фокус сводится специфика социального функционирования.

Гендерные особенности доверия. В рамках данной работы нет возможности привести достаточно полное описание разработанной социально-психологической концепции доверия и тем более осветить все многообразие проведенных эмпирических исследований. Поэтому дадим только некоторые результаты исследования гендерных особенностей доверия.

Исследование доверия между мужчинами и женщинами представляет определенные сложности, поскольку гендерный критерий хотя и задает соответствующую типологию, то есть деление людей на социально-психологические группы мужчин и женщин, но сам по себе, вне дополнительных критериев, не объясняет исчерпывающим образом типологические различия. Более того, отличия социально-психологических характеристик между отдельными мужчинами (или отдельными женщинами) зачастую существеннее всяких гендерных особенностей, и эти отличия разводят и мужчин, и женщин по гораздо более определенным (если только не иметь в виду сугубо физиологические различия) социально-психологическим классам (при этом одинаковым и для мужчин, и для женщин), чем один половой признак, трактовать ли его чисто биологически или также и как социально обусловленный (как известно, сегодня не существует общепринятой точки зрения на сущность гендера). Поэтому бесперспективно исследовать взаимоотношение полов (или гендеров) вообще, но вполне результативно, выделив определенные социальные или социально-психологические типы мужчин и женщин, изучать их специфическое взаимодействие по основанию доверия. Ведущими в таком делении должны быть отдельные культурные группы, в рамках которых исследование специфики доверия является вполне адекватным.

Как показывают исследования, проведенные различными специалистами, если на анатомическом и физиологическом уровне различия между полами по большей части очень определенны и ясны, то уже поведенческий, эмоциональный, ментальный и духовный аспекты рассмотрения человека, то есть те, через которые, собственно, и проявляется его специфика, показывают несущественность этих различий и обусловленность их в первую очередь особенностями социализации, в том числе — усвоенными культурными нормами. Самые высокие тестовые показания по развитию интеллекта могут давать как мужчины, так и женщины, точно так же эмоциональную сдержанность или, наоборот, неуравновешенность, холодность или теплоту могут проявлять и те и другие. Таким образом, и в вопросе о доверии между полами нельзя игнорировать специфику гендерного доверия в разных культурах и в различных социальных слоях, а также

семью, в которой протекает первичная социализация индивидов и которая является носителем не только общественных норм и ценностей, но и специфических родовых и семейных, а также в числе прочего формирует отношение к представителям своего или другого пола.

Поэтому методологической ошибкой эмпирических исследований является изучение гендерного доверия вне культурной и стратификационной привязки, то есть исследование доверия между полами вообще. Такого доверия просто нет как реального доверия. В то же время абстрактное понятие гендерного доверия вообще не может быть наполнено каким-либо конкретным содержанием, если только не выстроить на теоретическом уровне идеальные социальные или социально-психологические типы мужчин и женщин. А, как известно, такую работу в законченном виде еще никто не проделал. Конкретный индивид не является ни человеком вообще, ни женщиной или мужчиной вообще. Он всегда есть результат конкретно-исторического процесса, реализующегося в особенных социальных и культурных обстоятельствах индивидуальной жизни (понятно также, что и биологическая составляющая, но преломленная через социальные условия, сюда вносит свой вклад). Таким образом, валидными можно считать только культурно-исторические исследования доверия.

Доверие в широком смысле — это весь спектр отношений доверия / недоверия от абсолютного и определенного доверия через нейтральные характеристики отношений до выраженного и абсолютного недоверия. Такое доверие является психическим образованием субъекта (органом доверия), выражающим его отношение к объекту доверия в прямой зависимости от обладания или необладания этим объектом качеством направленной к субъекту позитивности. Степень доверия в этом случае будет обусловлена степенью выраженности данного качества, степенью эквивалентности отношения. Доверие в узком смысле слова (собственно доверие в отличие от недоверия) — это психическое образование субъекта, выражающее его положительное отношение к объекту, обладающему качеством направленной к нему позитивности. Недоверие указывает на отсутствие этого качества. Недоверие — это психическое образование субъекта, выражаю-

щее его отрицательное отношение к объекту, не обладающему качеством направленной к субъекту позитивности.

Доверие (его специфика, степень) всегда является результатом индивидуального опыта человека, в первую очередь самого раннего опыта взаимодействия с матерью (в нормальном случае). Таким образом, в основе любого типа социального доверия индивида (будь то мужчина или женщина) лежит некая коллизия его младенческих взаимоотношений с матерью, затем усложненная и надстроенная более поздним опытом взаимоотношений с расширяющимся миром. Поскольку обычно мужчина в сферу интересов младенца попадает существенно позже и далее долго находится на втором плане, то и его вклад в базисное доверие младенца к миру не так существенен и уже обусловлен взаимоотношениями с матерью. Поэтому именно предсказуемая и удовлетворяющая потребности младенца мать формирует онтологическое доверие к миру, а непредсказуемая и плохо удовлетворяющая потребности мать формирует онтологическое недоверие. Детские стратегии поиска внимания матери и реализации различного рода потребностей находятся в основании отношения того или иного доверия / недоверия и мужчин, и женщин к женщинам. То есть доверие имеет не только культурно-историческую, но и существенную онтогенетическую обусловленность в смысле своеобразия индивидуального пути развития личности.

С момента, когда ребенок вполне отличает ближайшего мужчину (отца) и получает опыт взаимодействия с ним, в том числе по удовлетворению своих потребностей, формируется его отношение к мужчине, а также и определенный уровень доверия к нему. При этом в той же степени, в какой младенец дифференцирует по каким-либо критериям мать и отца, различается и его доверие к ним, а позже и вообще к мужчинам и женщинам (хотя на это, конечно, наслаивается последующий опыт). Здесь можно выделить два предельных случая: недифференциации доверия по гендерному признаку и абсолютное различие формы доверия к мужчинам и женщинам. (Надо иметь в виду, что доверие и недоверие, а также доверие к разным объектам или разным сторонам одного и того же объекта имеют разные психологические механизмы, обусловленные конкретным онтогенезом их формирования: то, что логически является противоположным (доверие

и недоверие), конкретно-психологически выглядит как различное, специфическое по психологическому содержанию, реализуемое по разным каналам.) В то же время есть некая адекватная мера различия доверия к мужчинам и женщинам на фоне вообще разного отношения к тем и другим, которая позволяет развивающемуся ребенку произвести собственную адекватную идентификацию как мальчика или девочки, поскольку иначе будут усвоены смешанные полоролевые отождествления, чреватые сложными коллизиями во взрослой жизни. Но и существенная разница в качестве и количестве доверия к мужчинам и женщинам также приводит к сложностям другого рода, обычно в виде недооценки или пренебрежения к представителям другого пола. Понятно, что для более адекватного понимания гендерного доверия необходимо также оценить вклад в его онтогенез и другого ближайшего окружения (бабушки, дедушки, братья, сестры, тети, дяди, соседи, няньки, воспитатели, учителя и т.п.), критические ситуации, период полового созревания и проч. Но в целом здесь очерчены те механизмы, которые являются наиболее существенными для его формирования.

Хотя, как было показано, абстрактное сравнение особенностей доверия по гендерному признаку не имеет большого смысла, поскольку культурные различия между отдельными социумами по критерию доверия более значимы, чем биологические, тем не менее в одном-двух отношениях такое сравнение может быть вполне целесообразно. Биологической природой женщины предопределено рождение и воспитание детей. В значительном числе социально-психологических исследований показано, что ребенок составляет существенную часть смысла жизни женщины, во многих случаях — главнейшую, и лишь небольшой процент женщин вообще не испытывает интереса к детям. Чаще всего социум поддерживает это природное начало женщины (известно всего несколько примитивных племен, где основная роль в воспитании детей принадлежит мужчинам). При этом у мужчин тенденция прямо противоположная, их основной интерес лежит вне сферы семьи и детей, за редким исключением, и в любом случае мужское внимание к детям не приобретает того тотального значения, какое оно имеет у нормальной женщины в обычном обществе.

В силу вынашивания, рождения, выращивания и воспитания ребенка женщина поневоле втянута в тонкий процесс нахождения взаимопонимания со своим будущим ребенком еще в период беременности, а затем и с новорожденным, и на всех последующих стадиях развития младенца и ребенка. Она невольно должна доверять себе и доверять своему дитяти, поскольку противоположное качество — недоверие — чревато большими сложностями в построении мостика общения между мамой и ребенком и в корне противоречит материнской задаче его взрастить. В том внутреннем мире, симбиозе, который образован матерью и ее ребенком, все строится на взаимном доверии: младенец уверен (насколько можно здесь говорить об уверенности), что все, что исходит от матери, является добром, она — та исходная точка, от которой он отдаляется и к которой все время возвращается при освоении мира, как к основополагающей опоре. И если этой опоры нет, то нет и доверия миру, доверие не имеет своего исходного начала. Мать и плод были единым организмом (и не только биологически, но и в более тонких планах), и ребенок возвращается к ней и как к самому себе, и как к своему дому. Но если матери нет, то утеряна самая важная точка опоры, и отношение к миру уже строится на других основаниях, в которых господствуют страх и неуверенность и из которых происходят многие проблемы личности. Здесь вполне уместно говорить о всемирном значении женщины-матери в формировании здорового социального организма через формирование духовного, психического и соматического здоровья ее собственного ребенка. Это чаще всего недооценивается, но именно матери прежде всего создают своих детей, а значит, в конечном счете и общество.

Таким образом, в биологической природе женщины уже содержатся важнейшие предпосылки ее доверия, в первую очередь к себе и своему дитяти. Но целостность человеческого существа предопределяет то, что совершается определенный перенос доверяющего отношения женщины и на мир в целом, и в том числе на мужчину. И это остается верным в полной мере, пока женщина остается во внутреннем социальном мире, в пространстве своей семьи, и находящийся рядом с ней мужчина вполне надежен. Такой перенос, правда, может не получить подкрепления,

и тогда качество доверия начнет дифференцироваться, приобретая избирательность в отношении отдельных объектов доверия. Женщина начинает кому-то или чему-то не доверять. Но это не отменяет исходного и необходимого момента ее природы: преобладания в природе женщины доверия над недоверием.

Вместе с тем внешний социальный мир, в котором в целом преобладают мужские правила, который традиционно ограничивает возможные женские роли и в котором мужчина направляет свою привычную агрессию в том числе и на женщину, по мере того как женщина начинает осваивать этот мир, рассчитывая на адекватное вознаграждение своего труда и карьерный рост, вполне развивает в женщине комплекс недоверия к миру и мужчинам вообще. Таким образом, деловая женщина становится носителем определенной внутренней амбивалентности: ее природное доверие вступает в противоречие с социально приобретенным недоверием, что является постоянным источником стресса.

Как известно, начиная примерно с двух лет мальчики характеризуются в среднем более агрессивным поведением, чем девочки. Более высокая агрессивность мальчика и следующее из нее соперничество приводят к тому, что он в большей мере, чем девочка, сталкивается с такими условиями среды в виде конкретных людей, которые проявляют к нему встречную агрессивность. В том числе это его сверстники. Активность мальчика также в значительно большей степени, чем у девочки, направлена на освоение новых территорий (в разных смыслах), на экспериментирование с неизвестным и потенциально опасным. Его опыт, по мере удаления от матери, постепенно приучает его проявлять больше недоверия к другим людям (результат его собственной агрессии) и быть осторожным в отношении новых явлений (результат его активных исследований). Таким образом, по мере экспансивного освоения мира мужчина становится менее доверяющим. Большее число опасностей, с которыми он сталкивается в силу своей природы, делает его скорей недоверяющим, чем доверяющим. Это недоверие распространяется на весь социальный опыт мужчины, в том числе и на женщину. Но и, в свою очередь, формирует внешний социальный мир как мир, где в целом нет места доверию, где требуется все контролировать, а значит, и формировать разнообразные органы контроля.

В силу указанного можно говорить о том, что гендерные особенности доверия проявляются прежде всего в том, что женщина в целом является более доверяющей, а мужчина — недоверяющим. В то же время расширяющийся опыт женщины во внешнем социальном мире дифференцирует ее отношение: она сохраняет доверие во внутреннем социальном мире и развивает более осторожную стратегию и тактику в мире внешнем.

В плане изучения гендерного доверия в определенной культурной среде нами было проведено небольшое эмпирическое исследование, в котором, в частности, были выявлены и некоторые гендерные различия в восприятии и понимании доверия[1]. Респонденты представляли собой работающих людей и одновременно получающих второе высшее образование, всего 57 человек, из них 36 — женщины, 21 — мужчины. Группа разнородна по возрасту (23–43 лет) и основной деятельности: от рядовых исполнителей и руководителей среднего звена (менеджер по персоналу, зам. начальника управления и проч.) до главных специалистов и руководителей организаций (ведущий экономист, директор и т.п.). Все проживают в Москве и заняты в сфере бизнеса на различных должностях, одновременно получают второе высшее образование по специальности «Управление персоналом», то есть имеют средний или выше среднего социальный статус, перспективную работу, относительно высокие заработки, в основном русские.

Значимость доверия для мужчин и женщин исследовалась в следующих социальных сферах: 1) в близких отношениях; 2) в деловых отношениях; 3) к политическим деятелям и руководителям государства; 4) между сотрудниками в организации; 5) в отношениях между людьми вообще; 6) к людям, имеющим более высокий социальный статус; 7) в обществе в целом. Полученные данные рисуют относительно сложную картину восприятия рес-пондентами значения доверия в различных социальных сферах: в одних случаях доверие видится ими более значимым, чем в других. При этом существуют явно выраженные (и в отдельных

[1] Исследование было проведено в 2005 г. методом анкетного опроса (использовалось три вида авторских анкет), основной целью исследования было изучить особенности социальной перцепции различных видов доверия (личностное, групповое, частное, генерализованное, межличностное, предметное, абстрактное и социальное).

случаях для нас неожиданные) гендерные различия в оценке значимости доверия в некоторых сферах.

Из результатов исследования следует, что только в одном случае — близкие отношения — различий между оценкой значимости доверия у мужчин и женщин нет. И женщины, и мужчины одинаково сильно (100%) ценят доверие в близких отношениях. И в одном случае — взаимоотношения между сотрудниками организации — эти различия являются несущественными (женщины — 56%, мужчины — 57%). Тенденция в обоих случаях одна: большинство считает здесь доверие существенным, а зависимость между числом респондентов и значимостью доверия носит практически линейный прямо пропорциональный характер. Хотя уже есть респонденты, оценивающие доверие как менее значимое (женщины — 28%, мужчины — 38%) и даже несущественное (женщины — 16%, мужчины — 5%).

В остальных пяти случаях гендерные различия в оценке значимости доверия достаточно или очень велики. В деловых отношениях: существенное значение — женщины 89%, мужчины 53%; среднее значение — женщины 5,5%, мужчины 33%; несущественное значение — женщины 5,5%, мужчины 14%. К политическим деятелям и руководителям государства: существенное значение — женщины 75%, мужчины 57%; среднее значение — женщины 25%, мужчины 33%; несущественное значение — женщины 0%, мужчины 10%. В отношениях между людьми вообще: существенное значение — женщины 67%, мужчины 24%; среднее значение — женщины 19%, мужчины 71%; несущественное значение — женщины 14%, мужчины 5%. К людям, имеющим более высокий социальный статус: существенное значение — женщины 69%, мужчины 14%; среднее значение — женщины 31%, мужчины 38%; несущественное значение — женщины 0%, мужчины 48%. В обществе в целом: существенное значение — женщины 64%, мужчины 0%; среднее значение — женщины 0%, мужчины 48%; несущественное значение — женщины 30,5%, мужчины 43%; 5,5% женщин и 9% мужчин не смогли ответить на этот вопрос.

Как видно, женщины гораздо выше ценят доверие в деловых отношениях, к политическим деятелям и руководителям государства, в отношениях между людьми вообще, к людям,

имеющим более высокий социальный статус, и в обществе в целом. У мужчин в целом здесь оценки более сдержанны, хотя значение доверия в основном признается и ими достаточно высоким. В деловых отношениях значение доверия признается большинством женщин (89%) существенным, тогда как только 53% мужчин готовы с ними в этом согласиться. Хотя по относительным показателям значение доверия к политическим деятелям и руководителям государства у женщин (75% считают его существенным) и мужчин (только 57% считают его существенным) достаточно различно, но тенденции уменьшения числа респондентов, считающих доверие в этой сфере менее существенным, являются схожими: женщины — 75, 25, 0%; мужчины — 57, 33, 10% (эти тенденции выглядят как почти параллельные).

При сравнении гендерных оценок значимости доверия между людьми вообще ярко проявилось еще одно различие между женщинами и мужчинами. 67% женщин здесь считают доверие существенным и только 24% мужчин признают его таковым. Его значение признают средним только 19% женщин и уже 71% мужчин. Несущественным его считают 14% женщин и 5% мужчин. То есть значение доверия в категории «отношения между людьми вообще» признается обоими полами, но для женщин оно существенно, а для мужчин имеет среднее значение (это выглядит так: где у женщин пик, у мужчин провал; где у мужчин пик, у женщин провал). Из этого можно сделать вывод, что женщины в общении более доверительны, ориентированы на доверие, а мужчины обращают внимание в первую очередь на какие-то другие аспекты отношений.

При сравнении гендерных оценок значимости доверия в обществе оценки женщин и мужчин также существенно различны. Эта картина как бы повторяет предыдущую: в оценках существенности доверия мнения противоположны (для большинства женщин оно существенно), его значение средним признается как бы в противофазе (уже большинство мужчин) и опять сближены количества респондентов, признающих его несущественным. В этом случае следует также обратить внимание на то, что именно здесь и только здесь и женщины (две, 5,5%), и мужчины (двое, 9%) затруднились ответить. Это может объясняться слабой

субъективной наполненностью содержания понятий «общество» и «доверие в обществе» (в одной из анкет даже была приписка к вопросу: «В каком обществе?»): если респонденту понятно, что такое близкие отношения и доверие в близких отношениях, или конкретная фигура политического деятеля и доверие к нему, то общество выглядит категорией слишком абстрактной, расплывчатой и далекой от него, с «обществом вообще» люди не сталкиваются — они имеют дело с более конкретными явлениями (непосредственно с людьми, организациями).

И в одном случае приходится говорить о тенденции прямо противоположной оценки значимости доверия женщинами и мужчинами — это доверие к людям, имеющим более высокий социальный статус. Показатели распределились следующим образом: большинство женщин признает доверие к людям, имеющим более высокий социальный статус, существенным, треть — средним и никто из них — несущественным (69, 31 и 0% соответственно), а у мужчин, наоборот, большинство мужчин признает доверие к людям, имеющим более высокий социальный статус, — несущественным, больше трети — средним и незначительная часть — существенным (48, 38 и 14% соответственно). Можно предположить, что эта существенная разница обусловлена в первую очередь наличием у мужчин более выраженных карьерных амбиций, и в силу этого рассматривание коллег с более высоким статусом как потенциальных или реальных соперников, которым доверять непродуктивно, поскольку они все претендуют на один и тот же ограниченный ресурс, в борьбе за который могут быть использованы разные средства, в том числе и не вполне чистоплотные. Женщины же в российской социальной среде все еще в меньшей степени ориентированы на карьеру, и поэтому не рассматривают свое рабочее руководство как соперников, а прежде всего — как тех, от кого зависит их служебное благополучие, и полагают наличие доверия к ним в качестве существенной и необходимой компоненты рабочей атмосферы. Хотя могут быть в этом отношении и другие предположения, но это требует дополнительных исследований.

Заключение

В целом разработанная нами социально-психологическая концепция доверия представлена в публикациях автора за 2003–2012 гг. и сводится к следующим узловым положениям.

Доверие относится к чрезвычайно древнему социальному явлению. Оно играло существенную роль в организации и функционировании социума во все исторические эпохи и у всех народов, и является тотальным феноменом, представленным во всех социальных сферах и на всех уровнях социальной организации. Доверие является одним из необходимых механизмов интеграции общества в целостную систему. Оно осмысленно в этой функции еще древними мыслителями, и это его значение вполне понимается сегодняшними исследователями. Современная эпоха характеризуется кризисом доверия, который осознается политиками, представителями бизнеса, исследователями и в целом народами разных стран как социальная проблема доверия, требующая своего решения. Научным основанием решения этой проблемы является теория доверия. Предложенная социально-психологическая концепция доверия вносит свой существенный вклад в развитие этой теории.

Феномен доверия может быть рассмотрен в широком значении как весь спектр отношений доверия / недоверия (степени доверия) и в узком — собственно доверие. Логический объем понятия «уверенность» шире, чем понятия «вера», понятия «вера» — шире, чем «доверие» (в узком значении). Операциональным критерием различения понятия «доверие» со смежными понятиями (вера, уверенность, доверчивость) является его характеристика как встречного эквивалентного отношения: ни уверенность, ни вера, ни доверчивость этим качеством не обладают. Это также позволяет создать «формулы» доверия и смежных понятий. Наличие свойства доверия быть встречным эквивалентным отношением доказано теоретически и эмпирически.

По критерию видов субъекта и объекта доверия были выделены виды доверия: частное и генерализированное, межличностное и предметное, абстрактное и социальное, социальному доверию по другому основанию также противопоставлено личностное доверие. Каждый вид доверия имеет свою специфику

в особенностях субъекта и объекта доверия, закономерностях, которые их связывают.

Психическим носителем доверия на стороне субъекта (личности) является функциональный орган доверия, в совокупности своих когнитивных, эмоциональных и волевых процессов реализующий функцию доверия. Этот функциональный орган доверия в основных своих моментах формируется в процессе первого года жизни ребенка, и его функционирование в ситуации доверия проявляется как актуальное доверие, в основе которого лежат базисное доверие, опыт доверия личности и конкретное доверие к объекту доверия (другой личности).

Доверие в межличностных отношениях является вторичным результатом совместной деятельности. Степень успешности актуальной деятельности по достижению определенной цели является прямо пропорциональным критерием доверия. В межличностном взаимодействии доверие непосредственно направлено на предмет доверия как ту сторону объекта доверия, которая определяет успешность деятельности. Объект и предмет деятельности и доверия могут совпадать или быть различны. Существуют специальные виды деятельности как личной, так и социальной, мотивом и предметом которой выступает доверие. Примером такой личной деятельности является поиск индивидом социальной среды с адекватным ему уровнем доверия. Примером социальной деятельности — деятельность структур PR (паблик рилейшнз).

Принципиальными моментами социально-психологического механизма доверия являются: 1) функциональный орган доверия, 2) ситуация доверия и 3) актуальное доверие. Ситуация доверия представляет собой субъективную репрезентацию объективной ситуации как релевантной доверию. В ней функциональный орган доверия переходит из потенциального состояния в актуальное. Общая социально-психологическая структура доверия включает: субъект и объект доверия, ситуацию доверия, субъектные, объектные, средовые и ситуационные факторы доверия, функциональный орган доверия, взаимодействие, деятельность, результат деятельности, объектное отношение, предмет деятельности и предмет доверия, взаимоотношения, актуальное доверие и связи (воздействия) между этими элементами.

Актуальное доверие является интегральным результатом субъектных, объектных, средовых и ситуационных факторов. Субъектные факторы в целом проявляются как базисное доверие, опыт доверия и конкретное доверие. Самым существенным моментом объектных факторов доверия является объектное отношение. Средовые факторы характеризуют относительно постоянные условия социальной среды, ситуационные — переменные.

Доверие является метаотношением, то есть таким отношением, которое является обобщением совокупности отношений субъекта к объекту, внеположено этим отношениям и является самостоятельным отношением более высокого уровня. Доверие как метаотношение характеризуется обобщением и сокращением других отношений, отсутствием специфической потребности, имеет фоновое проявление для других отношений, наличие потенциала предвидения и детерминирует другие отношения. В структуре доверия как метаотношения в качестве его неявного состава присутствуют частные снятые отношения, из которых доверие формировалось в процессе онтогенеза конкретной личности.

Доверие в широком значении — это встречное эквивалентное метаотношение субъекта к объекту, основанное на предсказуемости им объектной позитивности или негативности, обусловливающих успешность или неуспешность деятельности субъекта. Доверие в узком значении — встречное эквивалентное позитивное метаотношение субъекта к объекту, основанное на предсказуемости им объектной позитивности, обусловливающей успешность деятельности субъекта. Недоверие — встречное эквивалентное негативное метаотношение субъекта к объекту, основанное на предсказуемости им объектной негативности или непредсказуемости объектного отношения, обусловливающего неуспешность деятельности субъекта.

Доверие имеет ряд социально-психологических функций: обеспечения совместной деятельности (основная), интегрирующая, коммуникативная, интерактивная, перцептивная, редуцирующая, управленческая, предсказательная, ориентирующая, эффективизирующая, стабилизирующая, психологическая, личная, обобщающая и фоновости. Кроме того, доверие является основой для принятия решений, основой жизненных и деловых тактик и стратегий и т.п.

Существенное содержание социально-психологической концепции доверия в межличностных отношениях составляет ряд его моделей и механизмов функционирования: модель доверия как социального отношения, модель доверия как социально-психологического отношения, модели доверия на условиях лично- и рассеяно-направленной позитивности, векторные модели доверия, модель доверия как встречного эквивалентного отношения, факторная модель доверия, структурно-факторная модель доверия, объектные и предметные модели доверия (обусловленные совпадением и различием объектов и предметов деятельности и доверия), деятельностная модель доверия, принципиальный социально-психологический механизм доверия, ситуационная модель доверия, модель доверия как метаотношения, механизм внутренней детерминации доверия, динамическая модель доверия.

Одной из содержательных характеристик функционального органа доверия является проявление следующей закономерности (выявленной в эмпирических исследованиях): субъективная значимость доверия тем выше, чем меньше социальная дистанция между субъектом и объектом доверия. Значимость доверия выше в межличностных отношениях по сравнению с абстрактными и социальными отношениями. Внутри межличностных отношений значимость доверия наиболее высока в близких отношениях (100%) и уменьшается по мере увеличения социальной дистанции: деловые отношения (75%), между сотрудниками организации (56%), между подчиненными и руководителями (49%).

Таким образом, достаточно полно развернув наше представление о социально-психологическом содержании доверия, мы показали возможности практического приложения нашей концепции к одной маленькой сфере — к гендерным особенностям проявления доверия в некоторых социальных областях. Эти результаты представляются важными, поскольку выявлены не просто значимые различия гендерного проявления доверия, но в ряде случаев эти различия имеют противоположный характер. Понятно, что такого рода закономерности должны ложиться в основу практики управления и взаимодействия власти и общества. В других наших исследованиях показаны также существенные отличия в значимости и уровне доверия по критериям разных социальных, культурных и этнических страт.

© *Антоненко И.В., 2013*

Глава 5. Доверие в пространстве и во времени как фактор стабильности общества

Введение

Весомое значение доверия в развитии человека и человечества признано как в пространственном измерении: от World Values Survey и кризиса Евросоюза до ревности в провинциальной семье; так и на протяжении тысячелетий: от Ветхого Завета, Веданты и «Истории» Фукидида до энциклик Бенедикта XVI и программных статей российских политиков и экспертов [Белянин, Зинченко, 2010; Бенедикт XVI, 2011; Веселов, 2011; Данкин, 2008; Доклад о состоянии гражданского общества..., 2011; Инглхарт, Вельцель, 2011; Прохоров, 2012; Путин, 2012*в*; Welzel, Inglehart, 2010*а*; 2010*б*].

Злободневность проблемы доверия в современном российском обществе фиксируют и лидеры правящей элиты, и их оппоненты. Руководители государства призывают своих сторонников поддерживать самостоятельность, самоорганизацию, добровольчество, активность общественных структур и бизнеса в региональной и муниципальной жизни. По мнению В.В. Путина, «это важнейший фактор укрепления доверия граждан к государству и власти в целом на всех уровнях. Мы должны не бояться такой активности общества, а, напротив, всячески ее поддерживать» [Путин, 2012*а*].

Как аргумент за продолжение сложившегося эволюционного курса выдвигается тот факт, что социально-экономическая сфера России выдержала первую ударную волну финансового кризиса, встряску «мирового недоверия» [Данкин, 2012], опираясь, в частности, на ресурс доверия внутри страны. Вместе с тем всплеск протестных настроений на переломе 2011–2012 гг. свидетельствует о дефиците этого ресурса, дисбалансе доверия / недоверия в отношениях гражданского общества с государством, противоборстве сторонников модернизации и блокирующих ее группировок.

Вменяемые критики режима указывают на то, что «архаичная система государственного устройства, тотальное недоверие к любым инициативам граждан сводят на нет все наши преимущества, абсолютно достаточные основы высокой конкурентоспособности». «Выборы оставили за собой расколотое общество. Гражданское общество России просто обязано проявить зрелость, самостоятельно приступив к восстановлению внутреннего доверия и солидарности» [Прохоров, 2012].

В.В. Путин констатирует наличие вызова новой президентской стратегии устойчивого роста: «За общими фразами о согласии... открывается недостаточный уровень доверия людей друг к другу». Поскольку речь идет о дефиците не только межличностного, но и институциального доверия, требуется «отстоять справедливость и достоинство каждого человека, правду и доверие в отношениях государства и общества» [Путин, 2012*в*]. Но видимо, все-таки не менее остра проблема межкланового недоверия, на которую указывает, в частности, директор Института стран СНГ К.Ф. Затулин. В обращении от лица сторонников избранного президента Путина под заголовком «Как не дать украсть плоды победы» отчетливо звучит предостережение: «Угроза исходит не только и не столько от лидеров так называемой непримиримой, внесистемной оппозиции: они себя на этом этапе исчерпали. Пора признать, что опасность исходит от стоящей за спинами митингующих антипутинской партии внутри правящего класса и властно-собственнической элиты» («МК» 19 марта 2012 г.).

Аналитики стремятся вскрыть «пружины возникновения повседневного недоверия» [Дондурей, 2010], констатируют «утрату доверия общества к интеллектуалам и к прежним выразителям чаяний и дум народа» [Гудков, 2011, с. 131]. Однако рассмотрения доверия в общем, публицистическом формате без более глубокого понимания его природы и механизмов развития недостаточно для соответствующей корректировки социальных и политических практик.

Первое десятилетие XXI в. внесло в теорию доверия немало новаций, в которых отразились определенные изменения в функционировании этого «ускользающего» феномена. Ряд традиционных концепций, прежде всего экономико-детерминистские, показали свою ограниченность. В поисках выхода ученые предпри-

нимают поиск сущности доверия в более широкой теоретической панораме: от мировоззренческих проблем цивилизаций и анализа сдвигов в иерархии ценностей до обновленных политэкономических формационно-классовых теорий и концепций партнерства и справедливости [Белянин, Зинченко, 2010; Веселов, 2011; Кузнецов, 2011; Опенкин, 2011; Тощенко, 2010; Welzel, Inglehart, 2010*б*]. Взаимосвязь категорий «человеческая эволюция», «свобода выбора», «позитивные ожидания», «снятие неопределенности», с одной стороны, и категории «доверие» — с другой, не только выступает в качестве главного вопроса междисциплинарной повестки дня гуманитарных наук, но и считается принципиально важным фактором решения многих практических проблем [Инглхарт, Вельцель, 2011; Лебедева, Татарко, 2009; Castelfranchi, Falcone, 2010; Moellering, 2006; Welzel, Inglehart, 2010*а*].

По моему убеждению, дискуссия о доверии и в особенности практические выводы из нее приобретают смысл:

- во-первых, если востребовано именно доверие, его разновидности, которые не подменяются нетождественными им феноменами надежды, веры или уверенности;
- во-вторых, если конкретно определены *взаимо*действующие лица и цели доверительных отношений: кто кому и ради чего доверяет, и проблема не сведена к абстракции «Народ vs Власть»;
- в-третьих, если указы и рекомендации опираются на (а) адекватные социологические индикаторы, (б) вычисленные на основе добротных методик, которые, в свою очередь, (в) базируются на современных концепциях доверия, (г) адаптированных к российским реалиям.

Видовые черты феномена. Я придерживаюсь той точки зрения, что из довольно многообразного *рода* социально-психологических отношений доверие выделяется *видовыми* параметрами: степенью свободы выбора целесообразной стратегии деятельности и принципиально неустранимой до конца неопределенностью реакции партнера [Луман, 2007; Moellering, 2006]. Если контекст вариантов выбора модели поведения жестко минимизирован экономическими, политическими, духовными ограничениями или патологией психики, человек может *верить* предначертаниям свыше, *надеяться* на благотворительность, быть

апатичным или *агрессивным*. Но у него практически нет возможности *доверять*. Если же человек заранее знает на 100% (что случается крайне редко), чем ответит на его действия партнер или контрагент, значит, он абсолютно *уверен*, и тогда отпадает необходимость рисковать, действовать отчасти «на авось», становиться уязвимым, зависимым, то есть — *доверять*.

Выделить собственно исследуемый феномен в естественном на практике конгломерате родственных явлений непросто, даже если ученым удастся когда-нибудь достигнуть консенсуса по таким видовым критериям особости, как наличие ситуации выбора, риска, уязвимости доверителя, неопределенности ожиданий, диктующей «скачок веры» (leap of faith) и соответствующие «уловки мышления» на грани рационального и бессознательного [Белянин, Зинченко, 2010; Сикевич и др., 2005; Moellering, 2006]. Современные исследователи доверия считают, что определение этого феномена следует строить как многослойную дефиницию или иерархию дефиниций с точной оценкой концептуальных отношений между различными, но взаимосвязанными характеристиками. При этом важно различать два основных вида доверия. Во-первых, доверие как психологический аттитюд, внутренняя ориентация, преднастройка, установка одного актора по отношению к другому (другим) в связи с возможным и ожидаемым поведением или предполагаемыми свойствами. Во-вторых, как действие или принятие решения действовать, полагаться, рассчитывать на партнера, зависеть от «другого» [Castelfranchi, Falcone, 2010, p. 3], будучи включенным (embedded) в социум [Hardin, 2006; Welzel, Inglehart, 2010*б*].

Звено «Среда-Выгода»	Звено «Выгода-Ценности»	Звено «Ценности-Стратегии»	Звено «Стратегии-Благополучие»
Условия жизни в данном социуме определяют доступность возможностей развития	Люди склоняются к ценностям, которые легитимируют использование данных возможностей	Приоритетные ценности побуждают к соответствующим стратегиям максимизации	Если стратегии максимизации оказываются успешными, они приносят определенную степень удовлетворенности жизнью

Рис. 1. Эволюционная последовательность социальных перемен

Источник: [Welzel, Inglehart, 2010*а*, p. 5–6].

Согласно популярной на Западе, а теперь и в России, концепции Р. Инглхарта и К. Вельцеля (см. рис. 1) о человеческом развитии, «социально-экономическое развитие в долгосрочной перспективе ведет к предсказуемым, но вероятностным переменам, которые не носят детерминистского характера. Более того, культурные изменения нелинейны и не движутся в такт с экономическим развитием» [Инглхарт, 2010; Инглхарт, Вельцель, 2011; Welzel, Inglehart, 2010*a*; Welzel et al., 2009]. Культура толерантности, взаимного доверия связана с необходимым уровнем свободного выбора личности (agency). И руководители нашего государства, видимо, не случайно повторяют, что «такая фундаментальная ценность, как свобода выбора, позволяет каждому человеку самостоятельно проектировать свою жизнь и развивать свою личность. Решать, кем быть и каким быть. Дает право не только следовать традициям, но жить не по шаблону, быть не таким "как все"» [Медведев, 2011]. Вместе с тем доверие президента и премьера к согражданам оказывалось не всегда последовательным, и опасения, чтобы не «занесло на вираже», чтобы «лодка не перевернулась», периодически корректировали целеполагание ведущих политических институтов.

Допустим, Инглхарт и Вельцель правы, выдвигая на первое место в анализе ценностей понятие «agency», и потенциал автономности принятия решений действительно является видовой характеристикой человека, которая выделяет его среди иных живых существ. Но многовековая проблема, наверное, — не в том, насколько акторы вольны выбирать стратегию доверия, недоверия, надежды или отчаяния. Открытым остается вопрос — что и как влияет на развитие в человеке гуманистических или антигуманных свойств.

Взрыв в «Домодедово» показал «звериную сущность человека», заявил Святейший Патриарх Кирилл после богослужения 25 января 2011 г. по жертвам теракта. Согласно отечественным психологам, «агрессивные действия выступают, в частности, в качестве ...способа удовлетворения потребности в самореализации и самоутверждении» [Большой психологический словарь, 2007, с. 45–46, 143–145].

Может быть, не так уж преувеличивает М.Г. Делягин в своих диагнозах? «Человек в массе своей по-прежнему остается

хотя и общественным, но животным, причем снижение среднего морального и интеллектуального уровня в Европе и Америке вполне заметно. Не только способы, но и мотивы обуздания звериной части природы каждого из нас при движении к столь неопределенной цели, как "личное самосовершенствование", непонятны» [Делягин, 2011].

Если наивысшей ценностью в ходе эволюции становится свобода, воля самовыражения, то есть ли уверенность и обещает ли Вера, что самовыражаются лучшие нравственные качества, а не животные атавизмы? То есть поведет ли себя партнер как разумный и доброжелательный человек или проявит животную агрессивность, равнодушие, злобу и коварство. Станет его agency созидательным либо разрушительным? Видимо, именно неопределенность (никогда непреодолимая и неизбежная) в ожидании реакции, встречного поведения второго актора, неоднозначность в оценке его добродетельности или злонамеренности и определяет *природу доверия*. С этих позиций, изучая сущностные характеристики феномена доверия, я имею в виду доверия *социального,* гуманистического, то есть доверия людей к людям и их общностям, а не к неодушевленным предметам, структурам и текстам. (Разумеется, признавая при этом правомерность иных представлений о природе и объекте доверия.)

Очень сложно остановиться на каком-то универсальном определении, на единственной, генеральной дефиниции феномена доверия. Если такая дефиниция принципиально возможна. Целостной, общепринятой междисциплинарной теории доверия пока нет. Есть стремление создать такую теорию, преодолевая неприемлемые недостатки существующих разнообразных концепций. Наиболее часто в социальных науках встречается преобладание *ассимиляции*, то есть поглощения, искусственного «втискивания», приспособления феномена доверия к изобретенной теоретической конструкции, над *аккомодацией,* то есть согласованием концептуальных характеристик с реальными свойствами этого многообразного и многослойного явления [Castelfranchi, Falcone, 2010]. Подобное насилие над предметом исследования проводится путем упрощения фактических данных, подгонки реального феномена к заранее определенным схемам, подтверждающим существующие теории и их категориальный

аппарат, которые жестко превалируют над согласованием и сверкой концептов и схем с комплексностью и богатством изучаемого феномена. Такого рода схематические концепции становятся ограничивающими взгляд ученого шорами, слишком однозначно и произвольно фильтрующими реальность. Следуя ассимилирующим подходам, аналитики предписывают доверию, *каким оно могло бы быть*, чтобы соответствовать заранее намеченным теоретическим построениям и дефинициям, обрезая, выводя за рамки исследования все, что не представляет интереса для их экономической, психологической или иной специализации, или же деформируя отдельные аспекты явления в привычных рамках своей дисциплины.

В современных концепциях доверия, как правило, присутствуют обязательные элементы, без определения которых понимание феномена становится неполным, частичным либо искаженным.

Во-первых, это действующие лица, *акторы* доверия. Важно не упускать из виду их (в предельном значении, в идеале) равнозначный статус, в отличие от статусов субъекта и объекта. Правда, в многочисленных частных случаях акторы могут оказываться только «доверителем» и «доверенным», полностью лишаясь субъектных полномочий либо характеристик «лица, которому доверяют». Однако априорный отказ от исследования равноправия обоих партнеров доверительных отношений, их односторонняя редукция изначально снимает вопрос о реципрокности, взаимности доверия, которая может существенно повысить его результативность. Например, в России ставился и ставится, измеряется, прокламируется вопрос о «доверии народа к власти», но никак не «дозреет» вопрос: «А доверяют ли руководители различного ранга своим работодателям, налогоплательщикам, избирателям, уже не подданным, но еще не согражданам?» В отечественной *социологии* подобный вопрос не задается, нет даже терминологии, соответствующей западным категориям «тот, кому доверяет доверитель» (trustee), «способность и готовность быть достойным доверия» (trustworthiness), хотя в прежние века подобные понятия в русском языке и обиходе существовали. Существенно дальше продвинуто изучение доверия как главной компоненты *психологической* дистанции между различными акторами: инди-

видами, группами, организациями, социальными институтами [Купрейченко, 2008].

Во-вторых, неотъемлемой предпосылкой доверия является значимая для акторов (или хотя бы для одного из них) *цель* (задача), которую невозможно достигнуть (нельзя решить) вне доверительного взаимодействия. Без такой мотивирующей цели доверие остается в лучшем случае аттитюдом, позитивным ожиданием, склонностью актора доверять людям, но не активируется в действие, например, в делегирование полномочий, не говоря уже о сотрудничестве, партнерстве [Кузнецов, 2011; Castelfranchi, Falcone, 2010]. Выдвигаемая ныне в качестве общенациональной цели модернизация России воспринимается как мотив доверия к руководителям страны и властным институтам не во всех социальных группах, значительно уступая в приоритетности задачам семейного благополучия, обеспечения безопасности, сохранения стабильных привилегий и т.п. Способность политической элиты к основательному и приемлемому для общества целеполаганию вызывает сомнения в различных кругах. «Речь власти стала средством не объяснения, а сокрытия целей и планов, если таковые имеются. Результатом стало исчезновение коллективных субъектов предвидения и формирования образа будущего. ...Проблемы страны не воспринимаются большей частью населения как общие, требующие сочувствия и мобилизации усилий всех» [Кара-Мурза, 2010, с. 121].

В-третьих, большое, во многих случаях — решающее, значение для формирования и развития доверия имеет *контекст*, окружающая среда, внешние обстоятельства функционирования феномена.

За последние годы не отмечено существенных перемен в значениях децильного коэффициента неравенства доходов. Однако по данным Института прикладной математики РАН «идет прогрессирующий процесс разъединения общества на две социальные страты, отличающиеся не только уровнем доходов, но и, что гораздо важнее, самим типом мышления. Эти страты все менее и менее способны понять друг друга, что сокращает возможность общенационального согласия» [Магарил, 2011]. По мнению Н.Е. Тихоновой, в современной России «группы с доминированием разных типов ценностей и норм, хотя и различаются

по своему составу, являются сквозными, рассеяны по самым разным слоям и группам общества». Социокультурная модернизация, в том числе формирование «самооценки самого себя как самостоятельно действующего и определяющего свою судьбу субъекта», потребует, вероятно, не менее трех поколений [Тихонова, 2010].

В-четвертых, изучение доверия осталось бы поверхностным, свелось к жонглированию индикаторами без анализа *механизмов* его формирования. Проникновение в «черный ящик» взаимосвязи бессознательных, архетипически-ментальных, (квази)сакральных, волевых, рациональных, институционализированных элементов феномена — не только междисциплинарная научная проблема. Ее решение дает возможность разработки (приемлемых в этическом и правовом плане) гуманитарных технологий воздействия на разноскоростную (гетерохронную) динамику таких компонент процесса доверия, как идентификация, интерпретация, ожидания, контингенность [Луман, 2007; Сикевич и др., 2005; Castelfranchi, Falcone, 2010].

Социальное взаимодействие как таковое возможно только если акторы включены в общество и сохраняют свое agency, утверждает Гвидо Мёллеринг. «Мы просто должны признать, что есть множество ситуаций, в которых люди не способны сделать "скачок веры" и, следовательно, не способны доверять. Иногда это не вызывает проблем, а иногда серьезно парализует их социальную активность» [Moellering, 2006, p. 125]. Ожидания таких акторов по отношению к другим будут основываться на обоих неразделимых, но аналитически дифференцируемых аспектах: *доверие и контроль*. Когда один актор основывает позитивные ожидания на структурных влияниях социума на другого, речь идет о контроле. Если же позитивные ожидания основываются на оценке благоприятного agency, доброжелательности со стороны другого, мы говорим о доверии, подразумевая, что доверие возможно только через «скачок веры». Анализ «дуальности» доверия и контроля становится перспективным направлением исследований. Отмечу, что параметры (в том числе величины пробелов в информации о партнере, разрывов — гэпов неопределенности) «скачка веры», неизбежного для преодоления сомнений, риска, уязвимости, очевидно, более подвижны и скорее поддаются корректировке, чем инерционные архетипы и стереотипы сознания.

Экономическое понимание доверия, распространенное в теориях игр и социального капитала, часто иллюстрируемое «дилеммой узников», является частным случаем, сокращенным вариантом более широкого смысла этого феномена. Авторы достаточно основательного труда по теории доверия, итальянские исследователи К. Кастельфранчи и Р. Фальконе выдвигают против «экономического редукционизма» следующие аргументы. Желание устранить якобы «неопределенно-туманное» «расширительное» толкование доверия приводит к элиминированию его гуманистической особенности, если природа феномена сводится к упрощенной субъективной оценке вероятности принятия решения. «Доверие не может быть сведено до простого и туповато-однозначного показателя вероятности, поскольку решения и поведение агентов зависят от специфических, качественных оценок и ментальных компонент» [Castelfranchi, Falcone, 2010, p. 235, 359].

Современные отечественные социологи и психологи, специалисты в области экономической и организационной социальной психологии отказались от редукции анализа доверия к сугубо экономическим факторам. А.Б. Купрейченко фокусирует внимание на специфике экономического самоопределения, зависящей далеко не только от вызовов и условий сложившейся в первом десятилетии XXI столетия в России социально-экономической ситуации. Подчеркивается, что наиболее значимыми детерминантами нравственно-психологической составляющей экономического самоопределения являются такие комплексные феномены, как нравственное самоопределение субъекта, его социально-психологическое пространство, особенности доверия и недоверия субъекта миру, себе, другим людям [Журавлев, Купрейченко, 2011; Купрейченко, 2008; 2011; Купрейченко, Воробьева, 2011].

Может быть, окажется полезным, рассматривая доверие как процесс, видеть и *первоначальные* его стадии, «протодоверие» — неосознанные «движения души», врожденные, инстинктивные либо приобретенные вместе с культурой наиболее близкой общности (семьи и других референтных, в том числе этнических, конфессиональных, мировоззренческих групп). На этой стадии вряд ли возможна, а главное, не нужна и даже вредна институ-

циализация, заорганизованность, стандартизация. Иное дело — *вторая стадия,* когда доверие укоренилось в нравственных нормах, религиозных канонах, обычаях, традициях общности, с которой личность себя идентифицирует. *Высшим уровнем* институциализации в таком случае можно считать доверие, закрепленное в законодательстве, в институтах государства, бизнеса, в международном праве.

Подход к доверию как к процессу, который последовательно эволюционирует, приобретая институциональные черты, от сферы бессознательного к нормам морали и затем закрепляется в праве, позволяет сделать несколько вполне прагматических выводов:

- доверие позиционировано практически во всех узлах, на всех направлениях модернизации экономики и политики, социальной и духовной жизни общества. Оно или его временное отсутствие определяет (сужает или раздвигает пределы) стратегии поведения, которые выбирают субъекты перемен;
- процессом формирования доверия можно управлять через целевой мониторинг, аудит и изменения в системе ценностей, преобразование (защиту, закрепление, воспитание) нравственных норм, совершенствование законодательства и правосознания;
- феномен доверия следует изучать комплексно, координируя усилия социальных психологов, социологов, юристов и представителей других гуманитарных наук.

Прошло время упрощенных, в большей мере публицистических, чем научных, суждений о «тотальном недоверии», которые базируются на поверхностных линейных или, в лучшем случае, плоскостных оценках феномена доверия в современной России. Перспективным является подход к доверию как к психологическому отношению, который предполагает изучение в структуре доверия когнитивной, эмоциональной и поведенческой компонент [Купрейченко, 2008].

Объемная модель доверия. В предложенной мной трехмерной модели (см. рис. 2) векторы знания и веры могут быть, вероятно, в первом приближении соотнесены с когнитивным и эмоциональным измерением [Данкин, 2009].

Речь идет о процессах, в которых статическое (время как бы стоит, фиксируя *состояние*) отношение является лишь частным

случаем. Но категория времени в целом и его взаимосвязь с доверием, в частности, чрезвычайно сложны для анализа [Луман, 2007]. Пространство развития социально-психологических феноменов можно представить и 4-мерным и *n*-мерным, то есть включающим помимо времени и другие факторы. Однако на данном этапе изысканий проще и правильнее учесть деятельную, волевую, поведенческую компоненту. Таким образом, сферу зарождения доверия, его «соседство» с сопредельными явлениями предлагается рассматривать именно как сферическое пространство, заданное векторами духовности (веры), рациональности (знания) и деятельности (воли).

Подчеркну *условность* модели, предлагаемой исключительно ради наглядности. Должен быть изначально отвергнут соблазн внедрения количественных шкал и всяческой топологии. При нынешнем уровне гуманитарных знаний более уместно осваивать не (псевдо)количественные, а качественные оценки, такие как устойчивость или хрупкость доверия, глубина веры, адекватность информации и т.п.

Наверное, можно говорить лишь о том, что большинство релевантных социально-психологических ориентаций формируется в том *октанте*, в той «осьмушке» пространства, которая задается векторами с положительными значениями *духовности* (веры, нравственного чувства, эстетического восприятия); *знания* (информации, рационального восприятия) и *воли* (деятельной, поведенческой компоненты). Это — религиозная и мирская *вера*, *надежда, доверие* со множеством разновидностей, *уверенность*.

Подпространства названных установок имеют нечеткие, размытые границы, однако могут быть представлены как некие «телесные углы» в терминах, заимствованных из физики световой энергии. Важной характеристикой условно-графической 3D-модели становится представление о том, что векторы (не оси координат!) не пересекаются. Вокруг так называемой нулевой точки располагается подпространство амбивалентных реакций, *равнодушия*, уныния, апатии. В таком случае *недоверие* понимается не как отсутствие доверия, а как самостоятельный феномен, который развивается в другом октанте.

Можно вообразить, что происходит в части пространства политико-психологических установок, образуемой векторами

воли и духовности и отрицательных смыслов знания либо нагнетания дезинформации. Здесь, вероятно, и накапливаются отчаяние, ксенофобия, нетерпимость, экстремизм.

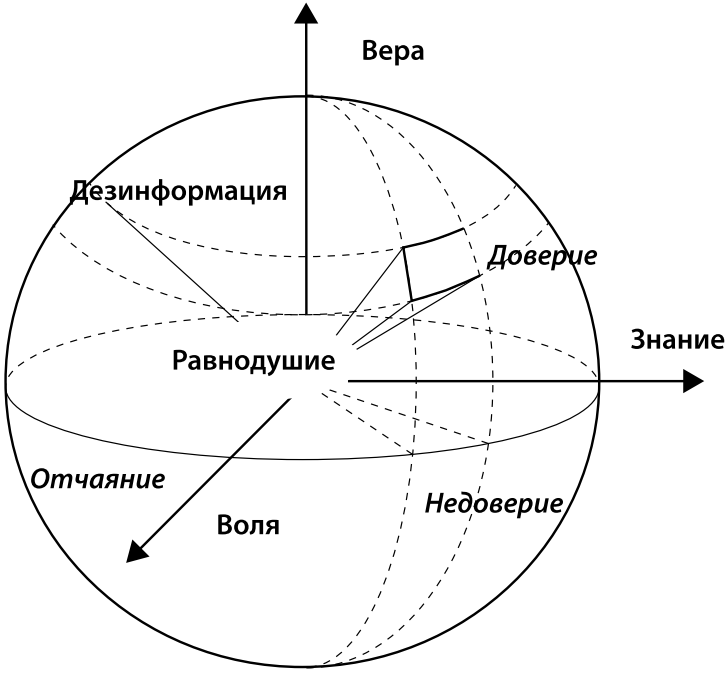


Рис. 2. Доверие в 3D-пространстве

Под воздействием тектонических сдвигов в системах ценностей, по мере возрастания объема знаний, компетентности индивидов, складывания социальных групп, состоящих из людей расчетливых, деловых, рациональных, происходит замещение (вытеснение) бессознательных, подразумеваемых или привычных, само собой разумеющихся, некалькулируемых элементов феномена более формализованными, более четко определенными, зафиксированными во внутриличностных нравственных убеждениях, затем — в нормах общественной морали и, наконец, — в законах и других юридических актах. Это постепенное движение можно было бы назвать институционализацией доверия.

В предложенной мной пространственной иллюстрации процесса доверия институционализация доверия может быть истолкована как постепенное нарастание (в темпе социального времени) знания, рефлексивной, рациональной составляющей феномена. Однако движение по вектору «Знание — Расчет» вовсе не однозначно дает прирост объема, потенциала доверия, который может даже сокращаться при одновременном снижении координат «Вера — Духовность» и отсутствии «Воли — Действия». Очевидно, что приближение к оси «Знание» и секуляризация носят *асимптотический* характер. С учетом российских ментальностей абсолютная рационализация сознания и поведения недостижима. Более того, полная рационализация доверия означала бы утрату этим феноменом своих сущностных характеристик и превращение его в иной феномен — в «уверенность» [*Hardin*, 2006; Moellering, 2006]. Да, в некоторых (но далеко не во всех) российских социальных группах уже созревают утилитарные, потребительские, достижительные установки западного образца. Однако не слишком ли опережает время отождествление нынешнего россиянина с «экономическим человеком»? Нет ли односторонности в тезисе петербургских социологов: «Итак, доверие теперь производится и воспроизводится рыночным обществом как своя предпосылка и результат, как товар и его стоимость, как особая торговая марка современности»? [Веселов, 2011, с. 8]. Может быть, при анализе соотношения рациональных и некалькулируемых компонент доверия стоило бы иногда прислушаться к «советам постороннего», к оценкам наших западных коллег. В частности, по мнению, Р. Инглхарта, в России, как и в ряде других модернизирующихся стран, появляется поколение, для которого материалистические и конформистские «ценности выживания» смещаются в сторону ценностей самовыражения, индивидуализма, *доверия* и толерантности (Известия, 3 ноября 2010 г.). Мне кажется, что справедлив вывод Г. Мёллеринга: «Если мы не станем более проницательными в понимании того, как реализуется “скачок веры” и снятие неопределенности, мы потеряем ядро концепции доверия и будем объяснять что угодно, но не доверие» [Moellering, 2006, p. 191]. В ходе эволюции социально-экономического и социокультурного контекста «доверия по-русски» расширяется многообразие разновидностей доверия: происходит дифференциация его акторов,

трансформация целей и задач доверительных отношений в меняющейся системе ценностей. Нельзя не согласиться и с тем, что «для запуска модернизации предстоит разрешить фундаментальный ценностный конфликт» [Обретение будущего.., 2011]. Имеется в виду конфликт между «творчески-производительными» ценностями развития и «паразитарно-распределительными», неотделимыми от консервативно-охранительных ценностей.

Основные концептуальные координаты, в которых следует анализировать проблему доверия применительно к условиям сегодняшней России, вроде бы обозначены: необходимость ясной постановки модернизационных задач, стартовое значение преобразования сознания, иерархии ценностей, идеологии, при гарантированном обеспечении национальной безопасности [Веселов, 2011; Дискин, 2011; Доклад.., 2011; Козырева, Смирнов, 2010; Медведев, 2011; Обретение будущего.., 2011; Путин, 2012*а*, 2012*б*]. Однако следует отдавать себе отчет в том, что привычная система координат анализа доверия, возможно, устарела, представляет собой инерционное воспроизведение представлений о природе и обществе, характерных для ушедшего XX индустриального века. Вполне вероятно, что мы пока вынуждены иметь дело с доминирующими в науке и общественном сознании смыслами и текстами, отражающими «дефектность привычной социальной картографии, неполноту сложившегося в прошлом категориального аппарата и теоретических схем политологии» [Неклесса, 2010, с. 178]. Для этого и необходимо увидеть, воспринять, усвоить основные перемены привычных координат. По мнению А.И. Неклессы, в мире складывается новый формат социального акта, рождается инновационная методология познания и действия, основанная на «восприятии космоса людей как *бурлящей реальности* — динамичной, адаптивной и нелинейной системы [Там же]. Качественную новизну будущей парадигмы определяют следующие факторы:

- *новые социальные субъекты*;
- *личность нового типа,* все больше проявляющая внутренний, личностный суверенитет, тяготеющая к расширению свободы выбора, к внешней автономии;
- *новые отношения властвования — управления — подчинения,* когда реальная политическая борьба за гегемонию в обще-

стве ведется не в массах и не за массы: «Властвовать, все чаще означает держать первенство в индустрии мировоззрения, идейного и семантического производства» [Неклесса, 2010, с. 175];

- *новая стратификация, новая классовая структура*, в которой «в единый слой помимо предметной сферы деятельности и социального целеполагания — связываются (на уровне межличностной коммуникации) общность стиля мышления, ценностных идеалов, образования» [Там же, с. 178; Шкаратан, 2012, с. 69];
- *новая степень сложности модернизационных задач*.

В дискуссионном порядке предлагается схематическая матрица изучения доверия для (вероятно, востребованного в недалеком будущем) практического использования при модернизации систем образования и воспитания, местного самоуправления и политического участия граждан, правосудия и морального регулирования [Данкин, 2012].

Строки матрицы отображают уровни проявления доверия, вернее, дистанцию (радиус) между акторами:

- в *межличностных* отношениях в ближнем круге (к родственникам и друзьям);
- в профессиональных, статусных, этнических, конфессиональных *общностях* и между ними;
- в структурных организациях и социальных сетях, в реальных *гомогенных группах* и рассредоточенных кластерах и, наконец, доверие к *институтам* и между ними.

Столбцы матрицы соответствуют основным компонентам феномена, таким как:

- известные и вновь приобретающие субъектность *акторы*;
- *цели* их доверительного взаимодействия;
- *контекст* формирования или «среда обитания» доверия;
- *механизмы* роста и деградации доверительных диспозиций.

Ячейки, образующиеся на пересечении строк и столбцов, указывают предметную область частных направлений комплексных изысканий, нацеливают на адаптацию теории и разработку гуманитарных технологий.

Подобная матрица помогла бы избежать фрагментарности опросов и анализа, цеховой разобщенности социологов и психо-

логов, обеспечить алгоритмическую последовательность и интегрирующую целеустремленность исследований. Заинтересованные инстанции (правительство, законодатели, Общественная палата, Академия наук и др.) получили бы возможность оценить целостность, непротиворечивость и достоверность базы данных о разновидностях доверия. Например, о том что доверие в организациях изучено добротно, а доверие в конфессиональных общностях нуждается в более тщательных изысканиях; что новые акторы ближайшего, семейного окружения почти очевидны, в то время как институциональные реформы готовятся без надлежащего учета инерционности патерналистского типа доверия [Белянин, Зинченко, 2010; Веселов, 2011; Коваль, 2010; Татарко, 2011].

Далее в статье рассматриваются другие примеры, иллюстрирующие возможность заполнения отдельных ячеек аналитической матрицы. Я считаю, в частности, что значительно большее внимание следовало бы уделить изучению проблемы субъектности доверия, конкретному описанию его акторов.

В России действовали и действуют по многим параметрам отличные от соседних культур реальные социальные группы, государственные институты, ячейки гражданского общества, между которыми возникали и рушились релевантные для судьбы страны отношения доверия, недоверия, ненависти, которые несводимы ни к классовой борьбе (будь это даже «средний», «политический» или «креативный» классы), ни к идеализированным образам «Власти» и «Народа». Представлять сегодняшнюю ситуацию в таких запредельно абстрактных категориях, если не взрывоопасно (вспомним из истории: «враги народа», «народ-богоносец», «власть от Бога» и т.п.), то заведомо неконструктивно. Прагматичные гуманитарные технологии с таким понятийным аппаратом не построишь. Очевидно, термины «Народ», «Власть» уместны в Конституции, в программах политических партий, публицистических манифестах. Однако в аналитических поисках современного субъекта модернизации России, субъекта доверия, по моему убеждению, более конструктивным станет предметный учет актуальной дифференциации российского социума, необходимый для компромисса и доверительного сотрудничества. Иммануил Валлерстайн в докладе на Ярославском политическом

форуме (сентябрь 2010 г.) правомерно назвал одной из основных интеллектуальных проблем демократии практически полное отсутствие консенсуса относительно значения базовых терминов: «Что же такое “власть”?.. Далее, что такое “народ”? О “народе” говорят все, кому не лень, как минимум, со времен Великой французской революции. Все за народ. Но кто же все-таки составляет этот самый “народ”? Нам потребовалось изрядное количество времени, чтобы решить, что женщины тоже являются частью “народа”. У нас были проблемы с тем, начиная с какого возраста человек по-настоящему становится частью “народа”. Мы до сих пор не можем определиться по значительным группам избирателей — например, являются ли лица, совершившие преступления, частью народа, или же их следует исключить из процесса принятия решений?» [Ярославский мировой политический форум, 2010].

Проблема доверия в России осложняется тем, что стабильно продолжается расслоение общества, раскол на «своих» и «чужих», причем не столько по имущественно-классовой, этнической или религиозной идентификации, сколько по мировоззренческим, нравственным ценностям, ментальному самоопределению индивидов и групп. «Полоса отчуждения» разделяет кластеры с новыми ментальностями [Семенов, 2005], в том числе солидарно-модернизаторской и гламурно-коррупционной.

Если намечается исключительно проводимое «сверху» (правительство) или «сбоку» (импорт инноваций) экономико-технологическое обновление, которое по замыслу когда-нибудь потом повлечет за собой перемены в сознании, политической и моральной компонентах «надстройки», то в дело будут включены лишь ресурсы утилитарно-материалистических разновидностей доверия типа кредитных, потребительских, по-прежнему патерналистских. Опасения «как бы не занесло на повороте» равносильны *недоверию* властных институтов к субъектности сограждан, к активной политической роли реальных социальных групп, объединяемых пропагандистским термином «народ». Мне близка позиция члена Общественной палаты РФ, сопредседателя совета по национальной стратегии И.Е. Дискина: «Нам нужна политика, ориентированная *не на всех*, а *на поддержку активных инновационных групп*». Для самоорганизации, создания

коалиции заинтересованных в модернизации групп, подчеркивает И.Е. Дискин, «нужны групповая активность, доверие внутри группы и, главное, сплочение ее членов на базе общности интересов до готовности к активным действиям и значимым издержкам ради будущих выгод». Справедливо указывается на важность развития в рамках институциональной среды *сетевых структур*, строящихся на базе межличностного доверия, а также неизбежность учета особенностей российского «серпентария» — «крайне низкий уровень доверия внутри элитных и субэлитных групп». «Президенту придется пройти между Сциллой завоевания доверия групп, заинтересованных в модернизации, и Харибдой сохранения поддержки групп, служащих опорой существующего режима» [Дискин, 2011, с. 92, 158].

Один из возможных вариантов стратификационной модели современного российского общества предлагает О.И. Шкаратан. Называя нынешний строй «этакратическим», опытный российский социолог полагает, что «его первооснову образуют слитные отношения «власть — собственность, завуалированные частно-собственнической оболочкой. Принципиальным отличием от европейских обществ является доминирование сословно-слоевых членений над собственно классовыми и социально-профессиональными». Под таким углом зрения удается решить задачу конкретизации идеально-типической категории «народ» путем выявления «реальных социальных групп, характеризующихся максимальной однородностью социально-экономического положения, а также параметрами обладания властными, человеческими, культурными и социальными ресурсами». Реальные группы (общности) составляют противоположность привычным статистическим (номинальным) группам, выделенным по какому-то отдельно взятому признаку [Шкаратан, 2012].

Эксперты полагают, что в России речь идет о необходимости консолидации не только политической элиты, но и непосредственно широкой элиты нации. Выделяются пять ключевых групп: политики как носители самой идеи нации; предприниматели как носители идеи эффективного распределения ресурсов; интеллектуалы, отвечающие за ви́дение будущего; чиновники, занимающиеся организацией; силовые институты, гарантирующие безопасность.

«Кажется, что только консолидация всех пяти групп способна привести нацию к эффективной модернизации. Что касается народа, то мы не видим в истории примеров, когда народ противился модернизации. Напротив, именно когда элиты не могут договориться или просто эгоистичны, тогда наступает время для революционной модернизации» [Магарилл, 2011, с. 213].

Уточняя тезис о структуре *ценностного пространства* российского общества, где возможны как созревание конфликтов, так и *рост взаимного доверия между ключевыми* субъектами модернизации, Н.И. Лапин выделяет четыре кластера или две альтернативные пары нравственных позиций. Первая пара — это «повседневный гуманизм» и «инициативный гуманизм». Вторая — «нравственная властность» и «вседозволенная авторитарность». Такая нетривиальная классификация социальных групп по ценностным ориентациям, подкрепленная поэтапной «программой модернизации как способом взаимопонимания» [Лапин, 2011], стимулирует обновление методологии исследований доверия применительно к задачам модернизации России с акцентом на выявление ключевых акторов доверительного взаимодействия.

Более прагматичным и доступным оказывается изучение доверия не в таких колоссальных социальных группах с достаточно размытыми границами, как классы, этносы, конфессии, и в социальных сетях, а в более определенных и структурированных общностях, в организациях. В этом предметном поле дальше других гуманитариев продвинулись психологи [Купрейченко, 2008; Психологические исследования.., 2011; Татарко, Лебедева, 2011]. Достигнут заметный консенсус в методологии и терминологии, есть интересные наблюдения и практические рекомендации, в частности, для таких новообразований, как временные рабочие группы (TWK) с так называемым быстрым доверием (swifttrust), компании с иностранным участием, инновационные проекты. Для разных типов корпоративных культур целевые индикаторы доверия / недоверия будут разными. Если учитывать, что есть культуры доверия и недоверия, две разных шкалы, два разных показателя. Как следует из анализа Т.А. Нестика, «роль фактора доверия в корпоративных рамках повысилась, в том числе и потому, что изменилось отношение к служебной карьере. Обо-

значился сдвиг от карьеры внутриорганизационной, когда люди действительно могли расти внутри одной компании, к карьере портфельной, когда менеджер, проработав от силы три года, уже смотрит на рынок, поскольку ему интересно иметь в своем резюме как можно больше разных проектов» [Нестик, 2011, с. 4].

Склонность доверять. Посмотрим, как изменились за истекшее десятилетие XXI в. показатели доверия как аттитюда, как склонности россиян доверять людям. По вопросам социологов Левада-Центра мнения распределялись следующим образом (см. табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «*С каким из двух суждений Вы бы скорее согласились?*» (% опрошенных)

	1989	**1991**	**1998**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**
Людям можно доверять	*52*	*34*	23	22	26	26	26	27	30
С людьми надо быть осторожным	*41*	*42*	74	76	72	68	69	66	66

Источник: Левада-Центр. Ежегодник «Общественное мнение». 2010. С. 33; 2011. С. 30.

По данным Мирового опроса по ценностям (IV и V волна) и Евробарометра, уровень доверия к людям в России сравним с аналогичным индикатором во Франции, Чехии, Словении, Греции и Венгрии, хотя по-прежнему значительно ниже, чем в большинстве так называемых постиндустриальных обществ, где произошел сдвиг от ценностей выживания к ценностям самовыражения [Welzel, Inglehart, 2010*б*].

В соответствии с данными табл. 1 можно сказать, что в пореформенный период российской истории, претерпев глубокую травму на рубеже 1980–1990-х годов, базовые, ментальные, во многом архетипические ориентации сограждан на взвешенное доверие к людям все-таки сохранились. Однако новый социальный контекст порождает и воспроизводит сравнительно (с позднесоветскими временами) более высокую настороженность, тормозящую преобразование склонности доверять в активные, деятельностные виды доверия.

Анализ масштаба перемен в распространенности и интенсивности индивидуальных ориентаций, аттитюдов, установок на

доверие к людям нельзя провести, не затронув тему «Доверие в Интернете». Кстати, именно так озаглавлен один из разделов известной книги Рассела Хардина [Hardin, 2006]. «Для членов гражданской платформы Интернет станет ключевым средством взаимодействия, а честность и репутация — политическими ориентирами», — заявляет экс-кандидат в президенты М.Д. Прохоров [Прохоров, 2012]. Я не очень продвинутый пользователь и не могу с достаточной полнотой изложить все грани проблемы доверия в виртуальном мире «Одноклассников», «ВКонтакте», твиттере, блогах или «Facebook». Однако известны многочисленные случаи как «слепого доверия» к произвольно найденным «френдам», значительно более доверчивых откровений с ними, чем с родителями или давними друзьями, так и печальных последствий разочарования (не только тинейджеров, но и взрослых) от интернетовских знакомств, разглашения персональных данных, обмана в интернет-магазинах и т.п. Качественно новые проблемы доверия «через Интернет» продемонстрировали в последние годы не только протестные «флешмобы» по частным поводам, но и кровопролитные события так называемой арабской весны, крупные протестные акции типа «Захвати Уолл-стрит!». Интернет неуклонно расширяет свою роль как принципиально *новый актор* доверительных отношений — не только «коллективный пропагандист», информатор, но и коллективный организатор. Если 100 лет назад Г. Зиммель, подметив ускоряющийся процесс обезличивания акторов, открыл в феномене доверия «дополнительный элемент» [Данкин, 2008], и это открытие повлекло за собой долговременное развитие «трастологии», то и в наше время следует рассчитывать на углубленное изучение последствий виртуализации доверия.

Рассмотрим теперь, происходят ли эволюционные изменения *в ближнем круге*, в доверительных отношениях ближайших родственников и друзей.

Показано также, что степень доверия практически не зависит от типа населенного пункта респондентов, то есть — от уровня урбанизации и соответствующих ему в основном типа семьи (традиционная, нуклеарная, неполная и др.), обычаев дружбы соседей (в многоквартирных домах, во дворах небольших городков, односельчан и др.). Заметно отличаются лишь ориентации

в возрастной когорте 18–24 года, то есть тех, чье взросление и социализация протекали в пореформенный период. Вместе с тем авторы приведенного опроса говорят о нарастающей атомизированности, индивидуализме, недоверии к «другому», которое разлагает базовые установки на доверие к людям, солидарность, взаимопомощь. «Если несколько лет назад можно было говорить о том, что наиболее недоверчивы те респонденты, чья молодость и зрелость пришлись на период социальных кризисов, у кого ограничены ресурсы образования, доходов, развитых связей с другими, кто живет в депрессивных социальных зонах (малые города, село), то сегодня ситуация такова, что ощущение взаимного недоверия, отчуждения разлито по всему обществу» [Гудков и др., 2008, с. 73].

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос: *В какой мере Вы согласны или не согласны со следующим суждением «Доверять сегодня нельзя никому, разве что самым близким людям?»* (% опрошенных)

Варианты ответа	Возрастные группы				
	Всего	18–24 года	25–29 лет	40–44 года	55 лет и старше
Совершенно согласен + скорее согласен	73	68	74	74	74
Скорее не согласен + совершенно не согласен	22	26	21	21	20
Затруднились ответить	5	7	5	5	6

Источник: [Гудков и др., 2008, с. 74].

В последние годы к традиционным ближним «кругам» доверия добавились некоторые новеллы: в том числе доверие / недоверие к дворникам-гастарбайтерам, соседям — фанатам «наших» футбольных клубов, сверстникам-готам, эмо и поклонникам иных внешне отличающихся молодежных субкультур, интернет-френдам и др. Трудно не согласиться с тревожным выводом председателя Синодального информационного отдела Московского патриархата, профессора МГИМО В.Р. Легойды: «Особенности культурного фона нынешней молодежи — факт новый и, как мне кажется, нами до конца не осознанный и не осмысленный, а потому создающий немало проблем» [Легойда, 2011, с. 5]. Специалисты по политико-психологическому анализу предпочитают говорить об эволюции семейных отношений,

взаимопонимания и доверия между родителями и детьми, постепенном смещении акцентов доверия со старших родственников на братьев и сестер [Политическая социализация.., 2008].

Вместе с тем следует отметить появление и активизацию новых акторов, имеющих свои специфические цели. Так, падение авторитета родителей, родственников старших поколений (среди причин которого неумение или нежелание освоить новые коммуникационные технологии, отторжение символики юношеских субкультур, субъективно недостаточный статус «лузеров») ведет к «бегству от предков», к порой неочевидной близости с «родственными душами» в Интернете, в фанатских и разного рода сектантских тусовках. Было бы полезно изучить хотя бы наличными социологическими и психологическими методами проблему доверия «в круге ближнем» через призму концепции человеческого развития к цели свободы выбора (agency). Насколько привлекательна безграничная свобода выбора в свете результирующего недоверия к себе и людям после неразборчивости в сексуальном партнерстве или трагических вспышек фанатского хамства?

Предварительный анализ индикаторов перемен доверительных отношений «в ближнем круге» позволяет прийти к заключению об эволюционном характере изменений, не затрагивающих ядра феномена, но мотивирующих некоторые новые, недостаточно изученные его разновидности. Речь может идти об определенном влиянии наметившихся тенденций к пренебрежению социальными ролями и «правилами игры», которые институционализированы законом (брак, опека, молодежные объединения) или санкционированы моральными (религиозными) нормами (почитание старших, скромность, эмоциональная сдержанность, неприятие суицида, наркомании, гомосексуализма). К патерналистским, опекунским, наследственным разновидностям доверия добавляются адюльтерные, фанатские, виртуальные и, видимо, некоторые другие.

Перспективу дальнейших исследований природы доверия к людям, очевидно, открывают подходы, связанные с поиском связей этого феномена с доминирующей в том или ином обществе, той или иной общности системой ценностей, прежде всего — располагаемой степенью свободы выбора (agency) [Moellering, 2006]. Сущностные аспекты названной проблемы формулируются,

в частности, следующим образом. «Тот факт, что у россиян слабее, чем у большинства европейцев, выражены надличные ценности заботы, толерантности, равенства и, наоборот, сильнее, чем у большинства европейцев, проявляются ориентации на конкурентные ценности личного успеха, власти и богатства, характерные для "игры с нулевой суммой", подтверждает обоснованность звучащей сегодня в нашей стране моральной критики в адрес массовых ценностей и нравов» [Магун, Руднев, 2010, с. 36]. Исследования Н.И. Лапина и ряда других ученых показывают, что если «реальные ценностные позиции социокультурных групп, отличающиеся от базовых ценностей индивидов», относительно долго не изменяются, это может способствовать ориентациям как на сохранение существующего положения вещей, на длительную стагнацию, так и на «открытость к его изменениям» [Лапин, 2011, с. 15–16]. В то же время неуправляемые или негативно программируемые подвижки в иерархии базовых ценностей порождают предпосылки взрывоопасных перемен социально-политического контекста, которые могут перерасти в «гражданский конфликт между гуманистичным большинством населения и цинично авторитаристским меньшинством».

Взвешенные оценки *социального контекста* доверия содержатся в аналитическом докладе Института социологии РАН, подготовленного в 2010 г. при сотрудничестве с солидным германским Фондом им. Ф. Эберта с применением, в частности, методологии измерения национальных культур и менталитетов Г. Хофстеда. «Социальная модернизация в России идет очень медленно и противоречиво», «процесс социокультурной модернизации в последние 15 лет идет противоречиво», «зависает», «для большинства россиян окружающая действительность остается сложной, напряженной», «низок уровень доверия людей институтам гражданского общества», «говорить о кардинальных изменениях в сознании населения в последние годы... пока не приходится». Речь идет об эволюционном, «*постепенном* изменении национального менталитета по мере расширения группы модернистов. В наибольшей степени эти изменения связаны с распространением достижительных мотиваций и других ценностей, характерных для маскулинных культур, а в наименьшей — с ярко выраженным у россиян стремлением к четким "правилам

игры" и избеганием неопределенности» [Готово ли российское общество.., 2010]. Эти выводы социологического института во многом соответствуют результатам исследования Высшей школы экономики, проведенного в 2008–2009 гг. в психологическом ракурсе. Применение адаптированных к российской специфике подходов Хофстеда, Шварца и Инглхарта позволило уверждать, что «ценностное ядро российской культуры в исследуемый период практически не изменилось», «невостребованность личной энергии и самореализации существенно тормозит ускоренное экономическое развитие и создает мощный барьер на пути инновационного развития», «уровень межличностного и институционального доверия в целом у россиян в настоящее время низкий» [Лебедева, Татарко, 2009, с. 165, 359].

В повестке дня — тщательные междисциплинарные исследования новых и традиционных форм, типов, разновидностей доверительных отношений, в том числе таких, как *авансированное, гражданское, декоративное, делегированное, имитационное, институциональное, квазисакральное, клиентское, контрактное, патерналистское, рутинное* [Данкин, 2009*а*, с. 214; Козырева, Смирнов, 2010; Купрейченко, 2008; Sztompka, 1999].

Российский контекст. Служебным, гражданским долгом отечественных гуманитариев, как это завещали И.А. Ильин, Л.И. Петражицкий, П.А. Сорокин, Л.С. Выготский, является изучение русской версии доверия, адаптация мирового опыта, опровержение апокалиптических деклараций о мнимом исчезновении доверия вследствие кризисных явлений, конфликтов, катастроф и деградации нравственности. По моему убеждению, у многих видов доверия по-русски, хотя и снижена интенсивность проявления, однако они все-таки продолжают существовать в потенциальном состоянии, в режиме ожидания, сохраняя возможность реконвертации, то есть преобразования в активную фазу процесса доверия.

Сегодня в западных вузовских учебниках «по демократизации» подчеркивается, что «концепты социального капитала и гражданского общества ориентированы на такую модель отношений, как общество — государство, которая сформировалась в западных либеральных демократиях. Поэтому их применимость (applicability) к другим контекстам ограничена» [Welzel et al., 2009, p. 166].

Аккуратнее, может быть, с уточняющими вопросами, следовало бы применять и стандартный вопрос № 6 анкеты Всемирных (Европейских) опросов по ценностям (WVS — EWS), на который ни один русский однозначно не ответит: «Вообще говоря, считаете ли Вы, что большинству людей можно доверять?» (www.worldvaluessurvey.com). Ведь Р. Инглхарт и К. Вельцель включили «доверие к другим людям» (trust in other people) в единый блок индикаторов общей гуманистической ориентации наравне с толерантностью к гомосексуальности (tolerance of homosexuality), стремлением к свободе (liberty aspiration) и поддержкой демократии (support for democracy). Нетрудно догадаться, как реагирует на эти вопросы «средний россиянин». Подобные тезисы, так или иначе, восходят к концепциям, разработанным западными учеными для социума с преобладанием западного же рационального менталитета. Заимствованные без необходимой адаптации к российским условиям, они положены в основу методики проведения (с конца прошлого века!) лонгитюдных мониторингов и интерпретации их данных. В итоге накапливается кратная погрешность как результат дезориентирующих замеров и толкований общественных умонастроений.

Доверие к институтам. Экспертное сообщество связывает главный рецепт приближения к подлинной модернизации в перестройке институтов с латентной надеждой на возрастание доверия к ним [Дискин, 2011]. Пока такая тенденция не просматривается. Как и в середине нулевых годов, первым лицам государства и церкви доверяют больше, чем парламенту, полиции, суду или политическим партиям [Общественное мнение, 2011] (см. табл. 3).

Таблица 3

Динамика индексов доверия политикам (доля назвавших Путина и Медведева в числе политиков, которым доверяют, % опрошенных)

	Август 2011	Сентябрь 2011	Ноябрь 2011	Февраль 2012	Апрель 2012
Медведев Д.А.	30	24	31	20	21
Путин В.В.	39	35	43	40	44

Источник: www.vciom.ru.

Анализ динамики доверия к В.В. Путину за последнее десятилетие показывает, что растет рациональная компонента доверия: «Люди убедились, что Путин успешно и достойно справляется с решением проблем страны» (2001 г. — 14%; 2010 г. — 26%). Вместе с тем пассивная, полуинтуитивная составляющая «пучка установок» (как называл доверие Ю.А. Левада) сокращается: «Люди надеются, что Путин в дальнейшем сможет справиться с проблемами страны» (2001 г. — 43%; 2010 г. — 34%). Нет изменений в констатации отсутствия выбора: «Люди не видят, на кого другого они еще могли бы положиться» (34% в 2001 г. и столько же в 2010 г.) [Общественное мнение, 2011]. Эти данные корреспондируются с результатами исследования ВЦИОМ-Урал. Уральские социологи полагают, что электоральное поведение граждан России постепенно становится более осмысленным и рациональным. Избиратели рассчитывают на появление «исключительно высоконравственного, сильного, образованного и энергичного политического лидера, с избранием которого на высший руководящий пост государства связываются надежды на возрождение морального духа нации, быстрое и эффективное решение проблем страны, общества и каждого конкретного человека. Очевидно, что подобные ожидания в целом являются утопическими, однако это не означает, что политическая и экономическая модернизация российского общества невозможна. Понятно, что ведущую роль в подобной модернизации в России будет играть государство, а не гражданское общество. И успех, и провал государственной политики в этом случае будет определяться исключительно качеством политического руководства, его умением и способностью обеспечить преемственность политического курса, не допустив существенной утраты доверия населения» [Гришин, 2010, с. 11]. Сегодня для России показательно сомнение в достоверности опросных данных о доверии и их публицистической интерпретации. Некоторые авторы называют мифом утверждение о том, что «снижается доверие граждан к институтам власти». Однако ситуация не настолько однозначна. «При анализе эмпирических данных об отношении к различным институтам необходимо принимать во внимание гетерогенность “доверия”, особенно когда мы имеем дело с посттоталитарными

структурами. В разных социальных группах соотношение компонентов доверия будет разным», — справедливо предупреждает директор Левада-Центра Л.Д. Гудков. Он настаивает на необходимости учета принципиальной разнотипности тех институтов, которые (а) в большей мере испытывают воздействие глобализации и ценностного сдвига (негосударственная экономика, коммуникации, массовое потребление, масс-культура и т.п.); (б) унаследованы и мало изменились в пореформенный период (армия, государственные структуры управления и правоприменения, электоральная демократия и др.) и (в) представляют собой промежуточные, смешанные формы (образование, СМИ, политтехнологии, система стратификации) [Гудков, 2009, с. 29–30].

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос «*Каким институтам Вы доверяете?*» (ноябрь 2011 г., N = 1600 представителей среднего класса, % опрошенных)

Институт	Полностью доверяю	Скорее доверяю	Скорее не доверяю	Совсем не доверяю	Затруднились ответить
Сбербанк	14	56	18	8	4
Президент РФ	10	49	26	10	5
Центральный банк России	8	48	23	10	11
Телевидение	8	45	36	9	2
Правительство	6	40	34	14	6
Полиция	5	40	36	14	5
Суды	7	37	35	13	8
Парламент	4	35	36	15	10
Другие банки	3	30	40	15	12
Федер. служба по финансовым рынкам	3	25	30	13	29
Агентство по страхованию вкладов	3	24	34	17	22
Страховые компании	3	24	37	20	16
Паевые фонды	1	12	33	24	30
Кредитные кооперативы	2	11	35	29	23
Негосударственные пенсионные фонды	2	13	35	30	20

Источник: Московские новости, 14 декабря 2011.

Отношение к различным государственным и общественным институтам отражает происходящий сдвиг в иерархии ценностей. Эксперты Высшей школы экономики оценили доверие россиян к различным финансовым институтам и сравнили полученные результаты с уровнем доверия к основным институтам государства и общества (см. табл. 4).

Очевидно, преобладающей разновидностью политического доверия в России неизменно остается сугубо персонифицированное, патерналистское доверие граждан к лидерам, эксплуатируемое для легитимации курса на крайне осторожную, эволюционную модернизацию.

На новом этапе. Новый срок президента В.В. Путина обозначен как новый этап государственного развития России после завершения постсоветского периода. *Общими* для всех ветвей и ступеней власти, а также и для оппозиции выдвигаются цели и задачи совершенствования социального порядка и общественного устройства, укрепления судебной власти, оздоровления правоохранительных органов, искоренения коррупции. Речь идет об уважительном (доверительном) взаимодействии в целях развития экономики России, достижения нового качества жизни для граждан страны. Сегодня, подчеркивает Путин, — это «единственный путь к сохранению доверия общества к власти в целом» [Путин, 2012*а*].

Очевидно, что к концу 2011 г. доверие *реальных* социальных групп к *конкретным* государственным институтам в России упало ниже пороговых индикаторов, предвещающих дестабилизацию. Встревоженная часть политической элиты, в частности, владелец и редактор «Независимой газеты» К.В. Ремчуков, на радио «Эхо Москвы», всерьез и с явным опозданием заговорил о «диагнозе улетучивающегося доверия», о необходимости «создать программу пошаговых мер по возрождению доверия общества к власти». Президент Центра стратегических разработок М.Э. Дмитриев, обнаружив методом фокус-групп «очень короткую дистанцию доверия, доверие только к самым близким людям, недоверие ко всему, что находится на хоть чуть-чуть более отдаленной социальной дистанции», также предлагает приступить к разработке программы «нащупывания путей по выстраиванию доверия, фокусировав усилия на том уровне

политической деятельности, где доверие возможно». А затем «достраивать уже более далеко идущие, более сложные проблемы национального и регионального уровня» («Эхо Москвы», 14 марта 2012 г.). Некоторые наметки программирования гражданских инициатив для «восстановления внутреннего доверия и солидарности» появляются и у нового поколения политиков [Прохоров, 2012], и в Общественной палате РФ [Дискин, 2011; Доклад о состоянии.., 2011]. Немного досадно, что не были замечены предложенные мной еще задолго до «горячей зимы 2012» контуры построения национальной программы культуры доверия [Данкин, 2008; 2009]. Быть может, уместно вкратце их напомнить.

Доверие, в силу многообразия его разновидностей и динамического (процесс, а не статика) характера, доступно для регулирования, управления, программирования [Веселов, 2011; Козырева, Смирнов, 2010; Кузнецов, 2011; Лапин, 2011; Castelfranchi, Falcone, 2010]. Исходя из этого, логика программы доверия соответствует естественному алгоритму: анализ > преобразование > синтез.

I стадия разработки программы — анализ исходного состояния доверительных отношений в российском политическом пространстве. Уточнение фоновых значений *межличностного доверия* в ближнем окружении и к отдаленным партнерам. Выявление разновидностей *институционального доверия* ключевых акторов, то есть реальных кластеров и групп в генеральной совокупности «народ». Оценку релевантности могли бы проводить Общественная палата РФ, профильные комитеты Государственной Думы с опорой на рекомендации ведущих исследовательских центров. Более пристального внимания требуют исследования тех групп, которые обладают модернизационным потенциалом: патриотически ориентированные элиты, высококвалифицированные специалисты, рабочая аристократия, предприниматели в инновационных отраслях, студенчество и молодые ученые, соотечественники за рубежом. Не менее важно получить достоверные данные о доверительных процессах в социальных группах, способных надолго затормозить модернизацию: коррумпированная часть чиновничества, «офисный планктон», консерваторы в силовых структурах, криминальные

сообщества [Готово ли.., 2010; Дискин, 2011; Кузнецов, 2010; Лапин, 2011; Шкаратан, 2012].

II стадия — целесообразное, этически и политически допустимое воздействие на программные характеристики ключевых звеньев (повышение компетентности элементов гражданского общества, гуманизация институтов, стимулирование инновационных моделей поведения и другие меры). Выявление доминантных разновидностей доверия в каждом звене, их корректировка и конвертация (блокирование агрессии и апатии, мотивация творчества и патриотизма).

III стадия — синтез промежуточных результатов возрождения доверия в ключевых звеньях. Дальнейшая модернизация нравственных и правовых институтов и норм. Оценка нового состояния доверительных отношений, зрелости гражданского общества, степени приближения к согласованным целям модернизации. Продолжение итерационных циклов формирования культуры доверия.

Можно утверждать, что предрекаемая некоторыми публицистами Смута пока не произошла во многом благодаря сохранившимся минимумам доверия россиян друг к другу, между влиятельными социальными группами и опорными институтами государства. Если удастся продержаться хотя бы на остаточных уровнях доверия, сберечь эти резервы путем целенаправленной, запрограммированной работы, не накаляя страсти вокруг чрезмерно абстрактных лозунгов «народ не доверяет», то возможны сохранение стабильности и поэтапная эволюция экономического, политического и нравственно-психологического самоопределения. Но для модернизационного прорыва необходимы принципиально иные уровни доверия.

Вероятно, уже достаточно споров о том, является ли доверие само по себе ценностью или только стратегией достижения ценностей; состояние это или процесс; содержатся ли в нем компоненты неопределенности и неосознанного. Пора изучать подвижки этого ресурса модернизации в реальных социальных группах и меняющихся институтах и переходить от анализа ситуации к синтезу гуманитарных технологий.

Предложенные в статье дискуссионные гипотезы и эскизно намеченные рекомендации, думается, могут оказаться полез-

ными как для исследователей проблемы доверия в ракурсе позитивных ожиданий и динамики социально-психологической дистанции, так и для политиков, от прозорливости и воли которых зависят вечно ожидаемые в пассионарных кластерах и обещанные лидерами созревание взаимности доверия, расширение свободы выбора, четкая постановка целей, мотивирующих доверие.

© Данкин Д.М., 2013

Раздел II
РОЛЬ ДОВЕРИЯ В ЖИЗНИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Глава 6. Доверие и недоверие в гражданском обществе[1]

Трудности определения категории «гражданское общество»

Баланс доверия и недоверия является необходимым условием для развития гражданского общества. Сегодня «гражданское общество стало предметом повышенного аналитического и политического внимания по всему миру» [Global.., 2004, p. 84]. Исследования последних лет наводят на мысль о связи между развитостью и разнообразием организаций гражданского общества, с одной стороны, и экономическим ростом и демократичностью управления — с другой, что делает заботу о состоянии гражданского общества задачей как академической, так и практической [Кравченко, 1991; Минина, 2002; Потенциал и пути развития.., 2010; Руководство.., 2006; Савинков, 2007; Средний класс.., 2001; Фукуяма, 2004; Экономика и социология.., 2004].

Но «несмотря на обращенное к нему внимание, гражданское общество остается ускользающей концепцией, и еще более ускользающей реальностью. Практически нет согласия в определении концепции, не говоря уже об измерении его наличия или отсутствия» [Global.., 2004, p. 84]. Данный тезис разделяется российскими обществоведами, подчеркивающими, что гражданское общество — это категория, в осмыслении которой пока так и не появилось необходимой теоретической ясности (см.: [Андронова, 2004, с. 9; Володин, 2000, с. 104; Межуев, 2008, с. 3; Савинков, 2007, с. 101]), пока отсутствует достоверное понимание природы институтов гражданского общества [Мамут, 2002, с. 94]. Так, например, еще в 2002 г. А.А. Гусейнов на заседании

[1] Глава основана на эмпирических данных, полученных в рамках мониторинга состояния гражданского общества и других проектов, реализованных Центром исследования гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ в 2011–2013 гг. при поддержке Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

круглого стола журналов «Вопросы философии» и «Государство и право» отмечал, что «если понятие гражданского общества в том виде, в каком оно фигурирует в современном российском общественно-политическом дискурсе (в СМИ, речах идеологов реформ, научной публицистике и тому подобных источниках), подвергнуть элементарному логическому анализу, взяв за критерий хотя бы простейшее требование однозначного употребления терминов, то картина получится обескураживающей. В одном случае под гражданским обществом понимается структурная единица (сфера) общества, обозначающая зону между индивидом и государством; в другом — общество в целом, рассматриваемое к тому же в качестве цели, идеала («Мы строим гражданское общество» — одно из привычных выражений реформаторской лексики); в третьем — совокупность налогоплательщиков, которые, как считается, нанимают государственных чиновников; в четвертом — негосударственная сфера политической жизни, в качестве типичного выражения которой фигурирует, в частности, многопартийность; в пятом — неполитические формы общественной активности типа гражданских инициатив; и т.п. Дотошный исследователь, думаю, мог бы насчитать десятки, а то и сотни такого рода определений» [Гражданское общество.., 2002, с. 30].

В чем причины такой неопределенности понятия «гражданское общество»? З.Т. Голенкова относит гражданское общество «к числу понятий социологической и политической теории (наряду с понятиями свободы, справедливости, равенства, демократии), которые имеют как теоретическое, так и практическое значение. Такого рода понятия нелегко определять, а их применение означает не только известную зону неопределенности, но и бóльшие или меньшие различия в их толковании» [Голенкова, 1997, с. 25]. По мнению И.И. Кравченко, невозможно постулировать теорию гражданского общества: «Она была бы слишком многомерной, ибо каждая из существующих концепций гражданского общества охватывает сложный комплекс проблем, включает открытия крупнейших политических мыслителей, задачи, не решенные и по сей день» [Кравченко, 1991, с. 128].

Вероятно, причины неопределенности понятия «гражданское общество» кроются в многообразии позиций по ключевым

вопросам, ответы на которые раскрывают его смысл, — о роли граждан в общественной жизни и их субъектной роли в государстве, о правах человека и обязанностях, о соотношении рынка и государства и т.д. А.А. Гусейнов полагает, что «это ускользающее мерцание смыслов нельзя считать просто следствием интеллектуальной беспечности. ...Дело в том, что понятие гражданского общества в российском общественном сознании несет на себе по преимуществу идеологическую нагрузку, призвано духовно-теоретически санкционировать происходящие в стране преобразования» [Гражданское общество.., 2002, с. 30].

По всей видимости, трудности в определении гражданского общества связаны с трудностями в определении основополагающего понятия, как социальной философии, так и теоретической социологии, — понятия «общество». В социологии существуют разнообразные определения данного понятия, основанные на разных теоретических подходах, в частности, на социологическом номинализме или социологическом реализме, структурном функционализме, символическом интеракционизме, этнометодологии, на конфликтных парадигмах и т.д. Многие обществоведы согласятся с мнением Н. Лумана о том, что «со словом “общество” не связаны никакие однозначные представления» [Луман, 1999, с. 196], или с утверждением Н. Смелзера, что «ученые с трудом определяют сущность понятия “общество”» [Смелзер, 1994, с. 84]. Э. Гидденс называет термин «общество» неоднозначным, и «несмотря на то, что термин “общество” постоянно фигурирует в рассуждениях социологов, он по большей мере остается неисследованным» [Гидденс, 1993, с. 57, 65].

Возможно, обращение к истокам идеи гражданского общества могло бы прояснить смысл самого понятия. Как писалось в 1991 г. в журнале «Полис», «такие теории лучше всего познаются от их истоков, в становлении, из их исторического движения» [Кравченко, 1991, с. 128]. Однако и 20 лет спустя несмотря на большое количество работ, посвященных генезису идеи гражданского общества, все попытки такого поиска не привели к кристаллизации теоретических основ гражданского общества. «Исследователи научной категории гражданского общества отмечают, что несмотря на широкое распространение этого понятия, до сих пор по существу окончательно не выделен предмет

его изучения, нет однозначного научного определения этого явления и его содержания, следовательно, нет и общепризнанной концепции гражданского общества» [Филатов, 2007, с. 120].

Мы исходим из понимания гражданского общества как сферы человеческой деятельности за пределами семьи, государства и рынка, которая создается индивидуальными и коллективными действиями, нормами, ценностями и социальными связями и выполняет ряд специфических функций.

Во-первых, *социализирующую* функцию. Именно в этой сфере осуществляется социализация индивидов, в результате которой им прививаются ценности солидарности, ответственности, справедливости, общественной активности и т.п. В то же время здесь вырабатываются специфические общественные нормы, связанные с воплощением в жизнь этих ценностей, и создаются предпосылки для их закрепления в праве, что способствует интеграции общества в целом, обеспечивая устойчивость и равновесие общественных отношений как в гражданском обществе, так и за его пределами.

Во-вторых, *мобилизационную* функцию. В этой сфере происходит мотивация и мобилизация индивидов и других социальных субъектов на развитие гражданской активности различного содержания и форм, в частности, на участие в денежных пожертвованиях, добровольчестве, в самоорганизации по месту жительства, в деятельности негосударственных некоммерческих организаций и т.д.

В-третьих, функцию *контроля и защиты*. В ней осуществляется общественный контроль над действиями государственных структур, эта сфера способствует установлению оптимальной меры государственного воздействия на общественные процессы. В ней происходит защита прав индивидов и их групп акторами, осуществляющими правозащитную деятельность наряду с институтами государства и рыночными субъектами.

В-четвертых, *артикуляционную* функцию. В этой сфере происходит аккумуляция индивидуальных и групповых потребностей и интересов и последующее представление их перед государственными и бизнес-структурами. Кроме того, именно здесь формируется общественное мнение или осуществляется влияние на его формирование в других сферах общества, формируется общественность.

В-пятых, *сервисную* функцию. В пределах гражданского общества происходит также удовлетворение многообразных потребностей индивидов и их групп за счет оказания социальных услуг субъектами гражданского общества в области образования, просвещения, науки, культуры, искусства, здравоохранения, профилактики и охраны здоровья граждан, пропаганды здорового образа жизни, улучшения морально-психологического состояния граждан, физической культуры и спорта, социальной поддержки, охраны окружающей среды, оказания помощи пострадавшим в результате стихийных бедствий, беженцам и вынужденным переселенцам и др.

Дискуссионность самого понятия гражданского общества не отвлекает наше внимание от исследования институтов гражданского общества (относительно перечня которых также нет единого мнения) и повседневных социальных практик, поддерживающих их функционирование. Речь в данном случае идет об изучении российского третьего сектора, который составляют негосударственные некоммерческие организации (далее — НКО), и таких социальных практик, как добровольчество, денежные пожертвования, участие в деятельности НКО, самоорганизация по месту жительства и др.

Исследования последних лет показывают, что в неформальные практики гражданского общества вовлечена значительная часть россиян: до 2/3 россиян являются участниками неформальной волонтерской деятельности, до 50% россиян участвуют в денежных пожертвованиях, примерно трети приходилось участвовать в каких-либо мероприятиях, организованных самими гражданами по месту жительства (см., напр.: [Потенциал и пути развития.., 2010, гл. 6–8]).

Однако в стране относительно слабо развиты формальные каналы мобилизации общественной активности: лишь 3% россиян декларируют свое участие в НКО в качестве добровольцев (или 0,42% экономически активного населения в пересчете на полную занятость), лишь 1–2% россиян указывают в качестве посредников своей благотворительной деятельности какие-либо организации, большинство предпочитают делать денежные пожертвования нуждающимся лично в руки или в форме милостыни.

Формальные каналы социального участия и мобилизации общественной активности относительно слабы. Одна из основных причин заключается в том, что значительная часть россиян не доверяет НКО (см.: [Мерсиянова, Корнеева, 2011, с. 57–64]). Это усугубляется сформировавшимся в середине 1990-х годов в нашей стране общественно-политическим феноменом, получившим название «дефицит доверия». Он стал одним из негативных следствий радикальных экономических и политических преобразований, которые имели место в России в этот период. Дефицит доверия остро чувствовался в то время во многих слоях общества и в большинстве сфер жизнедеятельности людей, особенно в экономике, политике и социальной сфере. До сих пор дефицит доверия имеет место в нашей стране и характеризуется как низким уровнем межличностного доверия[1], так и низким уровнем институционального доверия[2].

Функции доверия и недоверия в гражданском обществе

Существуют различные подходы к пониманию сущности доверия. В различных исследованиях доверие рассматривается как ожидание, установка, отношение, состояние, чувство, процесс социального обмена и передачи информации и других значимых благ, личностное и групповое свойство [Алексеева, 2008; Корнаи, 2003; Купрейченко, 2008; Луман, 1999; Минина, 2002; Патнэм, 1996; Фукуяма, 2004; Luhman, 1979; Sztompka, 1999]. Наибольшее распространение получили определения доверия как ожиданий

[1] По данным всероссийского репрезентативного опроса населения, проведенного ГУ ВШЭ и ФОМ в 2009 г. (N = 2000 человек), сегодня три четверти россиян (78%) выражают уверенность, что в отношениях с людьми следует быть осторожными, и лишь 18% — что большинству людей можно доверять. Временно́й ряд данных о межличностном доверии в нашей стране см. подробнее: [Факторы развития.., 2008, с. 168].

[2] Данный тезис подтверждают результаты всероссийского репрезентативного опроса населения, проведенного ГУ ВШЭ и ФОМ в 2009 г. (N = 2000 человек), в ходе которого у респондентов спрашивали, каким организациям они доверяют (был предложен список, из которого можно было выбрать любое число ответов). В итоге 76% участников опроса назвали организации, которым они доверяют, и ровно столько же — которым не доверяют. Судя по разнице в ответах на вопросы, наибольшим доверием населения пользуется церковь (ей доверяют 43%, а не доверяют — только 4%) и вооруженные силы (33% против 5). А меньше всего население доверяет крупному бизнесу (1% доверяющих против 20% недоверяющих), политическим партиям (3% против 22), прессе (8% против 27), а также милиции (18% против 33) и региональным и местным властям (8% против 20).

[Купрейченко, 2008, с. 59]. Мы рассматриваем отношения доверия и недоверия в гражданском обществе как формирующиеся на основе ожиданий людей относительно деятельности структур гражданского общества, а также на основе их участия / неучастия в практиках гражданского общества. Тем самым мы разделяем подход к определению доверия как более общего отношения или ожидания от других людей и общественных систем (Б. Барбер, Х. Гарфинкель, Н. Луман и др.). Впервые доверие как совокупность «социально обоснованных и социально подтвержденных ожиданий в отношении других людей, организаций, учреждений и естественных, моральных и социальных порядков, которые составляют фундаментальное содержание жизни» определил Б. Барбер [Barber, 1983, p. 164–165].

Доверие в гражданском обществе является обязательным условием, что противоречит распространенной модели рационального доверия, основанного на взаимном выполнении обещаний, то есть на обмене. Данная модель обладает хорошим объяснительным потенциалом в отношении экономического поведения индивидов, но имеет серьезные недостатки для объяснения альтруистического поведения людей. А. Селигмен считает, что обойти это противоречие позволяет концепция «генерализованного обмена», форму которого приобретает доверие в современную эпоху [Селигмен, 2002, с. 82]. Генерализованный обмен означает, что субъект соблюдает нормы сообщества, не претендуя на немедленное вознаграждение, а рассчитывая на то, что другие члены общества будут поступать также, что в итоге позитивно скажется на жизнедеятельности всего общества и самого субъекта. Однако мы солидарны с А.Б. Купрейченко, высказывающейся о том, что понимание доверия как особой формы договора или любой формы обмена (персонифицированного или неперсонифицированного, эквивалентного или неэквивалентного) «уводит нас немного в сторону от понимания подлинной сути доверия (или сути подлинного доверия)» [Купрейченко, 2008, с. 54], особенно доверия в гражданском обществе. Она ставит вопрос о том, какой тип доверия может заменить рациональное доверие в условиях, когда в современных технологических условиях все более интенсивным и частым становится взаимодействие при отсутствии духовной близости

или единства целей и ценностей, нередко взаимодействие носит деперсонифицированный характер, часто партнеры лишены возможности достаточно хорошо узнать друг друга и заключить надежный договор. Ответ на этот вопрос, по ее мнению, связан с объяснением кооперации и сотрудничества людей существованием некоторых базовых социальный потребностей (социальных инстинктов, «органической солидарности», по Э. Дюркгейму, «спонтанной социабельности», по Ф. Фукуяме) [Купрейченко, 2008, с. 55]. Существует некая базовая социальная потребность человека в жизни в сообществе, на которой строятся все остальные социальные потребности: в совместимости, общности, принадлежности, уважении и т.д. Дюркгейм видел основу органической солидарности людей в единых для всех людей нравственных ценностях. Однако в ситуации высокой неопределенности, которая может сопровождаться противоречиями или даже конфликтами мировоззрений, целей и интересов, «органическая солидарность» не может выступать достаточным гарантом безопасности взаимодействия и снизить риски. Поэтому мы солидаризируемся с Купрейченко, полагающей, что одной из особенностей современного состояния доверия в обществе является тенденция одновременного присутствия в отношениях доверия и недоверия между партнерами — баланса оптимальных уровней доверия и недоверия.

Доверие / недоверие в гражданском обществе выполняют специфические функции. Доверие выступает основой самоорганизации, совместной деятельности людей, способствует поддержанию моральных основ и социальных норм; обеспечивает социальную интеграцию, определенный уровень коммуникации индивидов и их общностей. Существующий уровень доверия в определенной ситуации формирует перцептивную установку на ее восприятие. Доверие как основа социального капитала (системы связей и отношений) выполняет функцию воспроизводства социальной структуры (по Фукуяме). Недоверие защищает от нежелательных последствий взаимодействия, вызывает дистанцирование и, как результат, низкий уровень солидарности и разобщенность в обществе.

Уровень доверия и недоверия в современном российском обществе

Приведем эмпирические данные, характеризующие уровень доверия / недоверия в российском обществе, и полученные в 2009 г. в ходе всероссийского опроса населения, проведенного Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ. Сбор информации осуществлял Фонд «Общественное мнение». Было опрошено 2000 человек, отобранных с учетом социально-демографических характеристик, репрезентирующих взрослое население РФ по полу, возрасту, типу населенного пункта и пропорциональной представленности по образованию и социально-профессиональной принадлежности в соответствии с принципами и критериями, разработанными в рамках программы исследования.

Подавляющее большинство россиян (78%) выражают уверенность, что в отношениях с людьми следует быть осторожными, и лишь 18% — что большинству людей можно доверять. Особенно часто установка на осторожность в отношениях с другими людьми встречается среди низкоресурсных категорий респондентов: с образованием ниже среднего, низкими доходами и жителей малых городов или поселков городского типа. Под влиянием экономического кризиса 2008–2009 гг. уровень социального доверия в российском обществе фактически не изменился, однако каждый второй россиянин полагал, что за время экономического кризиса люди стали меньше доверять друг другу.

Существует связь между доверием и удовлетворенностью потребности человека в безопасности, что подтверждают следующие данные. Среди тех, кто полагает, что в отношениях с людьми следует быть осторожнее, на 15 п.п. ниже доля тех, кто чувствует себя в безопасности. Данные опроса свидетельствуют о том, что чувство личной безопасности оказывает некоторое, хотя и незначительное, влияние на активность индивида и готовность к интеграции по защите своих интересов. Напротив, чувство беззащитности подрывает основы коллективного действия из-за снижения веры людей в свои силы, равно как и в чужие. Так, среди респондентов второй группы (не чувствующих себя в безопасности)

доля тех, кто готов объединяться с другими людьми для каких-либо совместных действий, если их идеи и интересы совпадают, хотя и ниже аналогичного показателя среди респондентов первой группы (чувствующих себя в безопасности) — 55% против 63, но тем не менее довольно велика. Не готовы объединяться 33% и 27 соответственно. Такой сравнительно высокий показатель ориентации на объединение с другими людьми среди тех, кто не чувствует себя в безопасности, свидетельствует, скорее, о потребности в таком объединении, чем о реальной готовности к нему. Это показывает и распределение ответов на вопрос «*Скажите, пожалуйста, приходилось ли Вам в течение последнего года становиться инициатором, организовывать какие-то коллективные действия?*». В обеих группах подавляющее большинство выбрали вариант «не приходилось» (72 и 73% соответственно). Доли тех, кто дал положительный ответ, указав ту или иную цель коллективного действия, также не различаются.

В связи с низким уровнем межличностного доверия выстраивание горизонтальных отношений — в частности, гражданских инициатив — затруднено. По мнению большинства опрошенных, российскому обществу не хватает сплоченности. Почти три четверти участников опроса (72%) считают, что сегодня среди россиян преобладает разобщенность, и только 16% придерживаются противоположного мнения и говорят о сплоченности нашего общества. Даже респонденты, доверяющие людям, чаще говорят, что в нашей стране больше несогласия. Хотя их доля ниже, чем среди не доверяющих людям. Скорее всего, связь двусторонняя, образующая замкнутый круг, который сложно разорвать. А именно: уверенность в разобщенности общества закрепляет установку на осторожность в отношениях с другими людьми или формируется в результате негативного опыта взаимодействия с ними, например, в ситуации обмана ожиданий контрагентом.

Доля участников опроса, указавших на разобщенность в своем личном окружении, почти в 2 раза меньше — 38%. Половина же респондентов (51%) считает, что в их кругу больше согласия, чем несогласия. Обратим внимание: среди доверяющих людям 71% считают свое окружение сплоченным и только 22% — разобщенным, а среди не доверяющих людям эти доли почти равны (46 и 43% соответственно). Получается, недоверие к людям

у каждого второго вызывает отчуждение не только от незнакомых, но и от более или менее близких людей.

Тем не менее определенный потенциал развития гражданской активности есть. Больше половины россиян готовы объединяться с другими людьми для совместных действий, если их интересы и цели совпадают. Эти люди отличаются повышенным уровнем социальной ответственности как за то, что происходит в их непосредственном окружении, так и за ситуацию в стране. Они больше уверены в своих способностях влиять на то, что происходит в их жизни. В целом они относятся к ресурсным категориям населения.

Большинство готовых объединяться участвовали в благотворительных мероприятиях и инициативах, за последний год они оказывали по собственной инициативе помощь, поддержку кому-либо, совершали поступки на благо других людей, занимались благотворительностью. Некоторые становились инициаторами каких-либо коллективных действий для решения своих или чужих проблем.

Таким образом, доверие в гражданском обществе инициирует совместные действия, служит воспроизводству отношений взаимопомощи, действий индивидуального и коллективного характера для решения проблем, касающихся широких социальных общностей и т.д. Связи индивида и группы становятся более устойчивыми, а его включение в общность — более полным. Доверие должно производиться и воспроизводиться в отношениях, на которых основаны повседневные практики гражданского общества, которые в свою очередь поддерживают устойчивость функционирования институтов гражданского общества. И в то же время само доверие воспроизводит названные отношения и гражданское общество в целом[1].

Роль доверия в формировании социальной базы гражданского общества

Перспективы гражданского общества в нашей стране зависят от формирования его социальной базы. Однако содержание

[1] В этих постулатах прослеживается логика Ю.В. Веселова при анализе им функций доверия в обществе [Веселов, 2004, с. 28].

данного понятия точно не определено. Одни ученые делают упор на роли индивида как гражданина: «...если нет индивида, который исполняет публичную и обеспеченную правовой санкцией конституционного государства роль гражданина, то говорить о гражданском обществе не приходится» [Патрушев, 2007, с. 32]. Другие — на соответствующий гражданскому обществу тип личности, на обладание человеком определенных личностных черт. Например, Г.Г. Дилигенский акцентировал внимание на способности индивида конструктивно взаимодействовать с другими личностями во имя общих целей, интересов, ценностей [Дилигенский, 1997]; Р. Дарендорф — на способности индивидов реально отстаивать свою свободу [Дарендорф, 1993]. В то время как большинство полагает, что гражданское общество возникает тогда, когда люди начинают понимать свои права и свободы.., когда люди начинают понимать границы своей несвободы (см., напр.: [Шубин, 2007, с. 49]).

Другие ученые находятся в поиске тех социальных групп или слоев, которые могут стать фундаментом гражданского общества, в первую очередь здесь акцентируется внимание на роли среднего класса. «Саморазвитие среднего класса имеет большее значение, чем развитие всего населения в целом, так как он может стать закваской, дрожжами, на которых взойдет подлинное гражданское общество в России, — высказывался Л.А. Гордон. — ...Не сомневаюсь, что когда сам средний класс станет у нас большинством, мы сможем сказать, что гражданское общество в России состоялось» [Средний класс, 2001]. Иные подходы коротко можно свести к приписыванию роли социальной базы слою предпринимателей, естественным церковно-приходским объединениям, владельцам собственности, неправительственным организациям и т.д. Если одни рассматривают в качестве базиса гражданского общества неправительственные организации, то другие, напротив, первоочередную роль в его конструировании отводят социальным движениям, тем самым акцентируя внимание на том, что гражданское общество формируется сейчас снизу, вне институциональных рамок и в основном через коллективные действия. «...Именно в рамках этих социальных инициатив, новых гражданских структур происходит изменение политической культуры, возникают новые нормы, новые цен-

ности, возникает и развивается солидарность на деле» [Клеман, 2007, с. 28].

Автор видит основную роль в конституировании социальной базы гражданского общества в тех людях, которые участвуют в социальных практиках гражданского общества, или, по крайней мере, ориентированных на это, что подразумевает наличие у них определенной системы ценностей, навыков выстраивания взаимоотношений с другими людьми, организациями и органами власти, исходя из основных принципов гражданского общества, и в целом наличие определенных ориентаций (информационной, нормативно-ценностной, деятельностной) на поддержание функционирования институтов гражданского общества. К социальным практикам гражданского общества относятся взаимопомощь и взаимная поддержка, частная филантропия и добровольческая деятельность, участие в деятельности негосударственных некоммерческих организаций, гражданских инициатив, добровольное участие в том, что принято еще с советских времен называть общественной работой, защита своих прав, участие в местном самоуправлении и др.

По данным специально проведенного исследования[1], социальная база российского гражданского общества составляет не менее 90% взрослого населения. Она неоднородна и состоит из четырех групп (см. рис. 1).

«Ядро» социальной базы гражданского общества составляют 7,7% взрослых россиян, которые декларируют свое членство

[1] Исследование Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ в 2007 г. Массовые опросы населения (в 68 субъектах РФ среди населения в возрасте от 18 лет и старше) проведены по технологии Георейтинга на основе инструментария, разработанного И.В. Мерсияновой и Л.И. Якобсоном. Сбор информации осуществлен Фондом «Общественное мнение». Размер выборки в каждом субъекте РФ составил 500 респондентов, по России — 34,5 тыс. респондентов. Для суммарных результатов по всем 68 субъектам РФ статистическая погрешность не превышает 1%. Для анализа социальной базы гражданского общества была применена процедура кластерного анализа (модифицированный иерархический кластерный анализ — двухступенчатый), позволяющая выявлять такие группы респондентов, в которых синтезированы объединяющие или разъединяющие их сущностные признаки. В основу анализа были положены четыре критерия: готовность объединяться с другими людьми для каких-либо совместных действий, если их интересы и идеи совпадают; вовлеченность в добровольческую деятельность и частную филантропию; информированность об общественных объединениях и других негосударственных некоммерческих организациях, гражданских инициативах; членство и (или) участие в деятельности общественных объединений и других негосударственных некоммерческих организаций, гражданских инициатив. Подробнее см.: [Мерсиянова, 2009].

и (или) участие в деятельности общественных объединений и других негосударственных некоммерческих организаций, гражданских инициатив, вовлеченность в отношения добровольчества и филантропии, готовность объединяться с другими людьми для каких-либо совместных действий, если их идеи и интересы совпадают, а также демонстрируют определенный уровень информированности об организациях третьего сектора и гражданских инициативах.

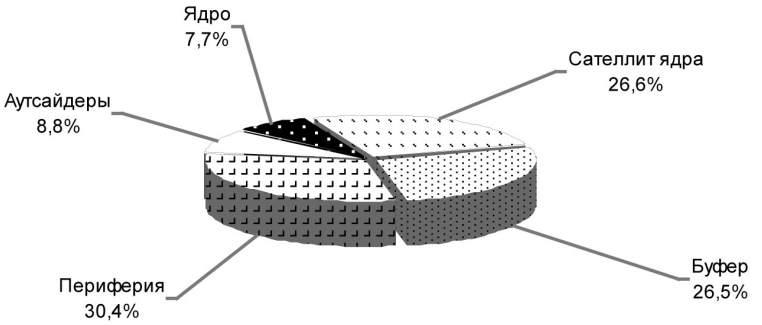


Рис. 1. Социальная база российского гражданского общества и аутсайдеры (% опрошенных)

В «сателлит ядра» входит практически каждый четвертый взрослый россиянин (26,6%), не участвующий в деятельности НКО и гражданских инициатив, однако готовый объединяться с другими для совместных действий, занимающийся благотворительностью в широком смысле, информированный об общественных объединениях и других негосударственных некоммерческих организациях, гражданских инициативах.

В третью группу по мере удаленности от ядра входят 26,5% россиян. Эта группа, условно названная «буферной зоной», представляет собой промежуточное звено между активом и периферией социальной базы. Ее представители потенциально готовы объединяться для совместных действий, но реально не участвуют в них, не занимаются частной благотворительностью или добровольчеством и не информированы в достаточной мере о работе существующих организаций.

На «периферии» социальной базы находятся 30,4% взрослых россиян, которые на момент исследований оказались не готовы

к объединению с другими людьми для решения коллективных целей, но при этом они имеют склонность к благотворительности, знают о существовании и деятельности общественных организаций.

В группу «аутсайдеров» входят 8,8% россиян, которые не обладают ни одним признаком принадлежности к социальной базе.

Российское гражданское общество имеет потенциал роста наиболее перспективной части социальной базы — «ядра» и его «сателлита» — за счет представителей «буферной зоны», в которую входит каждый четвертый россиянин. Эти люди уже готовы к объединению, и некоторые их качества (которые позволят уверенно относить их к социальной базе) могут быть развиты посредством формирования положительных установок на участие в конкретных практиках гражданского общества.

Однако по данным проведенного в 2011 г. всероссийского опроса населения лишь треть опрошенных сказали, что могут назвать себя общественно активными людьми; ответ «не могу» выбрали почти вдвое больше — 63%. Затруднились ответить на этот вопрос 5%. Чаще могут сказать о себе как об общественно активных людях более молодые респонденты, студенты, руководители и специалисты. Также их несколько больше среди более состоятельных людей. Распределение ответов на вопрос «*Вы сами можете или не можете сказать о себе, что Вы — общественно активный человек*?» не показало значимых отличий по типам населенных пунктов, разве что москвичи чаще, чем в среднем, не склонны характеризовать себя в качестве общественно активных граждан.

Респондентам пояснили, что называется общественной работой: «*Когда говорят об общественной работе, то подразумевают примерно следующее: это бескорыстная деятельность человека в свободное время в интересах других людей*», а затем спросили: «*Как, по Вашему мнению, у нас относятся к общественно активным людям: одобрительно или неодобрительно*?». Сказали, что у нас одобрительно относятся к общественно активным людям, 67% опрошенных; что — неодобрительно, 18%; затруднились ответить на этот вопрос 15%.

То, что занятие общественной работой вызывает одобрение у значительной части россиян, подтверждается и более довери-

тельным отношением к занятым этим людям. Респонденты, отвечая на вопрос «*По Вашему мнению, людям, занимающимся общественной работой и которых Вы лично знаете, можно доверять больше, чем всем остальным, меньше или так же, как и тем, кто общественной работой не занимается?*», чаще склоняются к мнению, что таким людям можно доверять больше (34%). Тех, кто полагает, что таким людям следует доверять меньше, оказалось лишь 8%, а общественным активистам следует доверять так же, как и прочим, — 33%. Тех, кто не знает людей, занимающихся общественной работой, оказалось 22%. Затруднились ответить на этот вопрос 6%.

Среди тех, кто считает, что большинству людей можно доверять, чаще встречается мнение, что у нас к общественно активным людям относятся одобрительно, чем среди тех, кто полагает, что в отношениях с другими людьми следует быть осторожнее (75 и 66% соответственно).

Сказывается доверие людям вообще и на оценках того, насколько можно доверять лично знакомым людям, занимающимся общественной работой. «Доверяющие» чаще «недоверяющих» полагают, что общественникам можно доверять больше (47 и 31% соответственно).

Исследования показали, что доверяющие чаще недоверяющих вовлекаются в практики гражданского общества. Безусловно, существует и обратная зависимость, когда участие способствует формированию установок на доверие. Обратимся к примеру вовлеченности населения в добровольческую деятельность и посмотрим, какие детерминанты влияют на участие населения в добровольческую деятельность.

Вовлеченность населения в добровольчество является одним из каналов укрепления социальной базы гражданского общества. Ви́дение роли добровольчества в разных странах детерминировано многими факторами и логикой развития этих стран. Общая черта заключается в том, что добровольческая активность всегда связывается с позитивными изменениями в развитии общества в целом и отдельного человека. В США, например, на добровольчество возлагаются надежды в плане преодоления общественных болезней за счет мобилизации граждан для их вовлечения в общественную жизнь. Доклады о снижении гражданской

активности в США [Putnam, 2000] вызывали беспокойство о социальном и гражданском здоровье американцев, поскольку эти явления приводят к разрушению гражданской культуры, которая по традиции поддерживает американскую демократию [Barber, Battistoni, 1993]. Авторы обвиняют в этом разрушении растущую гражданскую апатию и отчужденность. Добровольчество может быть важным средством для того, чтобы люди были более вовлеченными в жизнедеятельность общества и чувствовали себя заинтересованными в государстве. Вдобавок добровольчество связано с другим просоциальным поведением, то есть поведением, ориентированным на благо социальных групп, и с другими формами гражданской и политической активности [Campbell, 2000]. Добровольчество способно помочь людям развить более сильное чувство гражданской ответственности [Gorham, 1992; Youniss, Yates, 1997], а также позволяет развить необходимые навыки для участия в политических и гражданских делах [Verba, Scholozman, Brady, 1995] и способствует укреплению обобщенного доверия [Stolle, 1998]. Добровольчество демонстрирует другие многочисленные положительные побочные эффекты в отношениях и поведении волонтеров. Например, показано, что оно уберегает людей, в особенности детей, от асоциальных поступков [Allen, Kuperminc, Philliber, Herre, 1964], влияет на поддержание здоровья добровольцев в хорошем состоянии [Stephan, 1991; Moen, Dempster-McClain, Williams, 1992; Musick, Herzog, House, 1999], помогает людям найти рабочие места или улучшает качество их рабочих мест [Hodgkinson, Weitzman, 1996]. Люди, реализующие добровольческую деятельность, характеризуются динамичностью в области межличностного общения и социальной экстраверсией [Азарова, 2008].

В нашей стране добровольческая активность рассматривается как один из важнейших факторов социального развития общества в таких сферах, как образование, наука, культура, искусство, здравоохранение, охрана окружающей среды и ряде других. Добровольчество — это сфера, дающая простор созидательной инициативе и социальному творчеству широких слоев населения, которые составляют важный вклад в достижение целей социальной политики страны, повышение качества жизни граждан [Концепция содействия.., 2009].

Несмотря на повсеместно признаваемую важность добровольчества, до сих пор ведется дискуссия о трактовке этого понятия. Содержание терминов «добровольческая деятельность», «доброволец» варьируется в разных странах и тесно связано с культурными и историческими традициями. Российское значение понятия добровольчества имеет определенную специфику, так же как британское и американское понятие volunteering, французское — voluntarian, итальянское — volontariato, шведское — frivillig verksamhet или немецкое — Ehrenamt имеют различное содержание и разное историческое и культурное значение [Anheier, Salamon, 1999].

Определения добровольчества акцентируют внимание на таких категориях, как «время», «труд» и «деятельность»:

- любая деятельность, в которой свободное время дано для того, чтобы принести пользу другому человеку, группе или организации [Wilson, 2000, p. 215];
- время, отданное добровольно и бесплатно какой-либо организации, преследующей цель нести благо людям или борющейся за конкретное дело [Gaskin, Smith, 1997];
- жертвование времени на то, чтобы помочь другим людям, без получения оплаты в денежной форме [Hodkinson et al., 1992, p. 619];
- общественная совместная работа, которая приносит пользу участникам добровольчества, людям, на которых это добровольчество направлено, и обществу в целом [Nesbit, 2008, p. 1];
- деятельность, осуществляемая людьми добровольно на безвозмездной основе и направленная на достижение социально значимых целей, решение проблем сообщества [Кудринская, 2006, с. 15];
- труд, не предусматривающий оплаты в денежной форме или юридического обязательства, в интересах лиц, проживающих за пределами домашнего хозяйства самого добровольца [Badelt, 1999].

Выделение ведущих качественных характеристик добровольческой деятельности позволило российским исследователям Е. Азаровой и М. Яницкому сформулировать наиболее функциональное определение. Добровольческая деятельность — это тип

социально одобряемой и социально признаваемой деятельности, разновидность бескорыстного общественного поведения, которое характеризуется нравственным и созидающим уровнем социальной активности, выраженной в любых общественно полезных мероприятиях с целью позитивного изменения окружающего мира и является одним из условий интеллектуального, личностного и деятельного развития личности, определяя ее жизненную позицию как гуманистическую [Азарова, Яницкий, 2008, с. 120].

Расширительное толкование добровольческой деятельности дает Организация Объединенных Наций: «...вклад, который частные лица вносят в виде деятельности, осуществляемой не на коммерческой основе, не за плату или ради перспективы карьерного роста, а в интересах благополучия своих соседей или общества в целом» [Руководство.., 2006, с. 292].

Нами добровольчество определяется как общественно полезная деятельность, осуществляемая людьми без принуждения на безвозмездной основе и в интересах организаций, групп и лиц, не являющихся членами их семей или их близкими родственниками.

Добровольческая деятельность имеет несколько характерных черт. Во-первых, добровольчество представляет собой труд и в этом смысле не является досугом. Во-вторых, оно не тождественно членству в добровольном объединении граждан. Убедительные аргументы в пользу этого приводятся в ряде работ (см., напр.: [Cutler, Danigelis, 1993, p. 150; Gallagher, 1994, p. 20; Payne, Bull, 1993, p. 253]). В них указывается на то, что член добровольного объединения потребляет коллективные блага, которыми его снабжает организация, в то время как доброволец помогает произвести эти блага. В-третьих, существует четкое различие между ролями добровольцев и общественных активистов. Считается, что они привлекают разные типы людей. Распространенная точка зрения заключается в том, что общественные активисты ориентируются на социальные изменения, в то время как добровольцы сосредоточены в большей степени на решении отдельных проблем [Markham, Bonjean, 1995, p. 1556]. В-четвертых, понятие «добровольческая деятельность», как правило, не относится к рынкам труда и оплачиваемому труду. Однако существует мнение, что людей, которые выбирают малооплачиваемую работу,

потому что хотят делать добро, можно, по крайней мере, считать «квазидобровольцами» [Smith, 1982].

В ходе уже упоминавшегося опроса населения в 2011 г. респондентам вначале пояснили, что люди, которые занимаются добровольческим трудом, это те, кто: «...делает что-то общественно полезное без принуждения и вознаграждения НЕ для членов семьи и НЕ для близких родственников». Далее был задан вопрос «*Если НЕ говорить о семье и ближайших родственниках, за последний год Вам приходилось или не приходилось заниматься добровольческим трудом, то есть делать что-то общественно полезное без принуждения и вознаграждения НЕ для членов семьи и НЕ для близких родственников*?» Ответили, что приходилось, 35% респондентов, что не приходилось, — 60%. Затруднились ответить на этот вопрос 5%.

Тех, кому приходилось заниматься добровольческим трудом, больше, чем в среднем, оказалось среди респондентов в возрасте 35–41 года. А самым пожилым, как правило, не приходилось этим заниматься. Чем выше образование респондентов, чем выше доходы, тем чаще они сообщали, что участвовали в добровольческом труде. Материальное положение семьи, фиксируемое по покупательским возможностям, обнаруживает ту же закономерность: сравнительно более состоятельные (те, кому хватает на автомобиль) чаще прочих говорят, что им приходилось заниматься добровольческим трудом (44%). Есть некоторые различия и по роду занятий. Чаще говорят, что им приходилось заниматься добровольческим трудом, руководители (45%), а не приходилось — чаще тем, кто не работает и не планирует искать работу (66%). Работники производственного сектора чаще тех, кто работает в непроизводственных учреждениях и организациях, говорили, что им приходилось заниматься добровольческим трудом (42 и 36% соответственно). Верующие чаще неверующих отмечали свое участие в добровольческом труде (37 и 30% соответственно).

Респондентам был задан вопрос «*Что из перечисленного на карточке Вам приходилось делать за последний год без принуждения и вознаграждения НЕ для членов семьи и НЕ для близких родственников*?». Ни одно из перечисленных дел не делали 56% опрошенных. Еще 2% затруднились ответить. Остальные 42%

занимались теми или иными видами добровольческого труда. Чаще всего опрошенные отмечали помощь по хозяйству. Другие виды помощи упоминаются заметно реже: их отмечают 6% и менее респондентов (см. табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос *«Что из перечисленного на карточке Вам приходилось делать за последний год без принуждения и вознаграждения НЕ для членов семьи и НЕ для близких родственников?»* (% опрошенных)

Варианты ответа	%
Помощь по хозяйству или бытовые услуги (уборка, мелкий ремонт, уход за растениями, помощь с детьми, пожилыми или людьми с ограниченными возможностями, приготовление пищи / сервировка стола и т.п.)	29
Профессиональная или специализированная работа (консультирование, исследовательская работа, управленческая работа, медицинский уход, образовательная деятельность, юридическая, правовая консультация или представительство правовых интересов, организация мероприятий, конференций специалистов и т.п.)	6
Помощь в сборе денег, пожертвований, организация общественной поддержки (например, проведение агитации среди жителей, распространение информации и т.п.)	5
Помощь в канцелярской работе, делопроизводстве (заклеивание конвертов, копирование, принятие телефонных звонков и т.п.)	4
Помощь в чрезвычайных обстоятельствах (пожаротушение, поиск и спасательные операции, устранение последствий экологических, природных катастроф и т.п.)	4
Публичная поддержка, выступление	3
Работа в качестве члена руководящего органа общественной организации, занятие административными делами	2
Другое	3
Ничего из перечисленного	56
Затрудняюсь ответить	2

Самые пожилые респонденты (старше 65 лет) реже говорят, что они делали что-либо, и чаще — что они не делали ничего из перечисленного (70%). Люди с высшим образованием чаще, чем в среднем, выбирают вариант «профессиональная или специализированная работа (консультирование, исследовательская работа, управленческая работа, медицинский уход, образовательная деятельность, юридическая, правовая консультация или представительство правовых интересов, организация мероприятий, конференций специалистов и т.п.)» — 12%. Этот же вид добровольческой работы чаще, чем в среднем, отмечают самые

состоятельные респонденты (с доходом более 20 тыс. руб.) — 12%. В группах по покупательским возможностям семьи самые состоятельные — те, кому хватает денег на автомобиль, — чаще отмечают почти все виды добровольческой работы.

В группах по роду занятий люди, которые не работают и не планируют искать работу, чаще отмечают, что им приходилось оказывать помощь по хозяйству или бытовые услуги (уборка, мелкий ремонт, уход за растениями, помощь с детьми, пожилыми или людьми с ограниченными возможностями, приготовление пищи / сервировка стола и т.п.), — 36%. Руководители чаще остальных говорят, что оказывали помощь в сборе денег, пожертвований, организации общественной поддержки (например, проведение агитации среди жителей, распространение информации и т.п.), — 11%. Специалисты чаще отмечают, что в качестве добровольного труда занимались профессиональной или специализированной работой (консультирование, исследовательская работа, управленческая работа, медицинский уход, образовательная деятельность, юридическая, правовая консультация или представительство правовых интересов, организация мероприятий, конференций специалистов и т.п.), — 14%. Студенты чаще, чем в среднем, говорят, что оказывали помощь в канцелярской работе, делопроизводстве (заклеивание конвертов, копирование, принятие телефонных звонков и т.п.) и в публичной поддержке, выступлениях (по 10%).

В среднем добровольческий труд отнимает у занятых им россиян 16 часов в месяц. На вопрос «*Оцените, пожалуйста, хотя бы примерно, сколько времени в среднем за месяц Вы потратили на такую добровольную безвозмездную работу?*» отвечали только те, кто такой работой занимался. Это, напомним, 42% опрошенных. Если судить по ответам на этот вопрос, более 50 часов добровольный труд занял лишь у 2%. Еще 9% сказали, что потратили на добровольческую безвозмездную работу от 11 до 49 часов в месяц. От 6 до 10 часов потратили на такую работу 2%. У 5% респондентов такая работа отняла 3–5 часов в месяц. И такая же доля респондентов потратила на добровольческую работу 1–2 часа в месяц.

Те же 42% опрошенных, которые сказали, что занимались теми или иными видами добровольческого труда, отвечали на

вопрос «*Через какие именно организации Вы осуществляли эту деятельность? Или Вы действовали в одиночку*?». Больше половины из отвечавших на этот вопрос сказали, что они действовали в одиночку. Те, кто отмечал ту или иную организацию, отметили, что занимались добровольческим трудом по месту работы (6%). Упомянули организации по месту жительства 3%. Другие организационные формы назывались еще реже.

Большинство респондентов (79%) полагают, что у нас одобрительно относятся к людям, которые занимаются добровольческим трудом; что неодобрительно, — лишь 9%. Тех, кто, отвечая на вопрос «*По Вашему мнению, людям, которые занимаются добровольческим трудом и которых Вы лично знаете, можно доверять больше, чем всем остальным, меньше или так же, как и тем, кто добровольческим трудом не занимается*?», склоняются к мнению, что таким людям можно доверять больше, оказалось 35%. Тех, кто полагает, что таким людям следует доверять меньше, лишь 4%. Считают, что людям, занимающимся добровольческим трудом, следует доверять так же, как и прочим, 33%. При этом тех, кто не знает людей, занимающихся добровольческим трудом, оказалось 23%. Затруднились ответить на этот вопрос 7%.

Несмотря на то что добровольчество представляет собой социально одобряемую деятельность, позитивно влияет на формирование установки на доверие к занимающемуся добровольчеством человеку, уровень вовлеченности россиян в эту деятельность на протяжении всех лет, по которым мы делаем замеры в рамках мониторинга состояния гражданского общества, остается на невысоком уровне. Почему люди мало занимаются добровольчеством? Что мешает, препятствует этому в бóльшей степени? Чаще всего опрошенные приписывали причину недостаточного развития добровольческой деятельности тому, что доходы граждан низки. Довольно часто отмечались и причины, не связанные с бедностью людей. Это недоверие тем, кто нуждается в помощи, и падение нравственности. На четвертом месте — отсутствие ценностей добровольчества у граждан, а на пятом — недоверие тем, кто организует труд добровольцев (см. рис. 1).

По возрасту не оказалось заметных различий в распределении ответов на этот вопрос, но значимые различия есть в группах по образованию. Те, у кого высшее образование, реже затрудня-

ются ответить и чаще в качестве причин недостаточного развития добровольчества отмечают недоверие государственным или муниципальным учреждениям, которые организуют труд добровольцев, и недоверие тем, кто организует труд добровольцев вообще (21 и 24% соответственно). Люди с начальным профессиональным образованием чаще говорят о недоверии тем, кто организует труд добровольцев (27%).

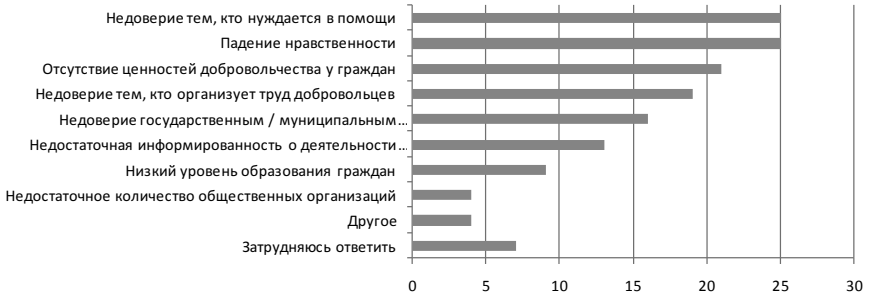


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «*Как Вы думаете, почему люди мало занимаются добровольчеством? Что мешает этому в большей степени?*» (% опрошенных)

Есть некоторые различия в распределении ответов на этот вопрос по уровню доходов. Те, у кого не было доходов в предыдущем месяце, чаще, чем в среднем, называли в качестве причины недостаточной вовлеченности в добровольческий труд низкие доходы граждан (61%). Те, чей доход составляет от 12 001 до 20 000 руб., в качестве причины чаще, чем в среднем, указывали на недостаточную информированность граждан о деятельности общественных организаций (19%). Самые состоятельные (с доходом от 20 тыс. руб. и выше) чаще, чем в среднем, говорили о недоверии тем, кто организует труд добровольцев (26%), и недоверии государственным / муниципальным учреждениям, которые организуют труд добровольцев (24%). Распределение по материальному положению семьи, выраженному через потребительские возможности, демонстрирует примерно ту же картину: самые бедные указывают на низкие доходы, а самые состоятельные — на недоверие институтам, организующим добровольческий труд.

Различия по роду занятий в ответах на этот вопрос тоже зафиксированы. Руководители чаще, чем в среднем, отмечают вариант «недоверие государственным / муниципальным учреждениям, которые организуют труд добровольцев» (22%). Специалисты тоже чаще, чем в среднем, выбирают этот вариант ответа (23%), а также чаще говорят о недоверии вообще (26%). Безработные обеих категорий (и те, кто не работает и не планирует искать работу, и те, кто не работает, но ищет работу) чаще указывают на низкие доходы граждан (63 и 60% соответственно).

В распределении по типам населенных пунктов можно отметить, что москвичи чаще видели причину неучастия в добровольческом труде в низком уровне доверия тем, кто организует труд добровольцев (34%), а жители крупных городов (от 250 до 1 млн человек) чаще указывали на отсутствие ценностей добровольчества у граждан (27%).

Взаимное влияние доверия и вовлеченности населения в добровольчество проявилось в ходе нашего исследования следующим образом. С одной стороны, опыт участия в добровольчестве связан с доверием другим людям. Те, кому приходилось что-либо делать за последний год безвозмездно для других, чаще тех, кому этого делать не приходилось, уверены, что большинству людей можно доверять (см. табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос «*Как Вы считаете, большинству людей можно доверять, или в отношениях с людьми следует быть осторожными?*» (% опрошенных в группах по столбцу)

Варианты ответа	Население в целом	Вам приходилось что-либо делать за последний год без принуждения и вознаграждения НЕ для членов семьи и НЕ для близких родственников?	
		приходилось	не приходилось
Большинству людей можно доверять	22	24	19
В отношениях с людьми следует быть осторожными	75	72	77
Затрудняюсь ответить	4	4	4

Та же закономерность обнаружена и в отношении людей из ближайшего окружения. Люди, имеющие опыт общественной деятельности на благо других людей, чаще уверены в том, что большинству окружающих можно доверять (см. табл. 3).

С другой стороны, те, кто считает, что большинству людей можно доверять, чаще тех, кто склоняется к мнению, что в отношениях с другими людьми следует быть осторожнее, говорят, что им приходилось заниматься добровольческим трудом (39 и 34% соответственно). Среди тех, кто считает, что большинству людей можно доверять, чаще встречается мнение, что у нас к людям, которые занимаются добровольческим трудом, относятся одобрительно, чем среди тех, кто полагает, что в отношениях с другими людьми следует быть осторожнее (84 и 79% соответственно). Сказывается доверие людям вообще и на оценках того, насколько можно доверять лично знакомым людям, занимающимся добровольческим трудом. «Доверяющие» чаще «недоверяющих» полагают, что добровольцам можно доверять больше (43 и 33% соответственно). Отвечая на вопрос «*Что из перечисленного на карточке Вам приходилось делать за последний год без принуждения и вознаграждения НЕ для членов семьи и НЕ для близких родственников*?», «доверяющие» чаще «недоверяющих» говорят, что им приходилось оказывать помощь по хозяйству или бытовые услуги (33 и 28% соответственно). Размышляя о причинах того, почему люди мало занимаются добровольчеством, доверяющие чаще отмечали вариант «недостаточная информированность о деятельности общественных организаций» (19%).

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «*А если говорить о людях, которые окружают лично Вас, то большинству из них можно доверять или в отношениях с ними следует быть осторожными?*»
(% опрошенных в группах по столбцу)

Варианты ответа	Население в целом	Вам приходилось что-либо делать за последний год без принуждения и вознаграждения НЕ для членов семьи и НЕ для близких родственников?	
		приходилось	не приходилось
Большинству можно доверять	55	58	53
Следует быть осторожными	39	37	41
Затрудняюсь ответить	6	5	6

Заключение

Баланс доверия и недоверия является необходимым условием для развития гражданского общества как общества свободной самоорганизации, включающего совокупность социальных связей, норм, ценностей и действий людей индивидуального или коллективного характера за пределами семьи, государства и рынка и выполняющего ряд специфических функций. Доверие в гражданском обществе инициирует совместные действия, служит воспроизводству отношений взаимопомощи, действий индивидуального и коллективного характера для решения проблем, касающихся широких социальных общностей и т.д. Связи индивида и группы становятся более устойчивыми, а его включение в общность — более полным. Доверие должно производиться и воспроизводиться в отношениях, на которых основаны повседневные практики гражданского общества, которые в свою очередь поддерживают устойчивость функционирования институтов гражданского общества. Но само доверие в свою очередь воспроизводит названные отношения и гражданское общество в целом.

Подавляющее большинство россиян выражают уверенность, что в отношениях с людьми следует быть осторожными. Особенно часто установка на осторожность в отношениях с другими людьми встречается среди низкоресурсных категорий респондентов: с образованием ниже среднего, низкими доходами и жителей малых городов или поселков городского типа. В связи с низким уровнем межличностного доверия выстраивание горизонтальных отношений — в частности, гражданских инициатив — затруднено. Тем не менее определенный потенциал развития гражданской активности есть.

По данным исследования, социальная база российского гражданского общества составляет не менее 90% взрослого населения. Она неоднородна и состоит из четырех групп. Российское гражданское общество имеет потенциал роста наиболее перспективной части социальной базы — «ядра» и его «сателлита» — за счет представителей «буферной зоны», в которую входит каждый четвертый россиянин. Эти люди уже готовы к объединению, и некоторые их качества (которые позволят уверенно относить их к социальной базе) могут быть развиты посредством формирова-

ния положительных установок на участие в конкретных практиках гражданского общества. Несмотря на то что добровольчество представляет собой социально одобряемую деятельность, позитивно влияет на формирование установки на доверие к занимающемуся добровольчеством человеку, уровень вовлеченности россиян в эту деятельность на протяжении всех лет, по которым мы делаем замеры в рамках мониторинга состояния гражданского общества, остается на невысоком уровне.

Таким образом, гражданскому обществу в нашей стране необходима развитая культура доверия, которая понимается не только как комплекс исторически сформированных установок, норм и ценностей, но и как активно воспроизводимая в социальных практиках гражданского общества структура отношений, которая может сознательно планироваться и регулироваться [Веселов, 2004, с. 32]. В связи с этим большое значение имеют действия негосударственных некоммерческих организаций как акторов гражданского общества на принципах открытости.

© Мерсиянова И.В., 2013

Глава 7. Организации гражданского общества: доверие к ним населения и открытость деятельности[1]

Проблема межличностного доверия в гражданском обществе тесно связана с проблемой институционального доверия, объектом которого выступают негосударственные некоммерческие организации (далее — НКО), составляющие так называемый третий сектор. Такого рода организации, во-первых, не инкорпорированы в структуру государственной / муниципальной власти, и во-вторых, они не нацелены на получение прибыли с целью ее распределения между учредителями, членами и участниками организации. Доверие является одной из важнейших установок, определяющих участие населения в деятельности НКО, являющихся самым многочисленным сегментом организаций гражданского общества.

Доверие населения к НКО

Проблема доверия к НКО локализуется на двух уровнях: доверие к сотрудникам и добровольцам НКО и доверие к организациям. В первом случае доверие обеспечивает деперсонифицированное взаимодействие в соответствии с социальными ролями, воспроизводство социальной структуры. Как было показано в предыдущей главе, занятие общественной работой вызывает одобрение у значительной части россиян, что выражается в более доверительном отношении к занятым этим людям. Как отмечает Ю.В. Веселов в своей работе «Социологическая теория доверия» [Веселов, 2004], доверие на межличностном уровне активизирует коммуникацию и взаимодействие, снижает риск и мобилизует активность сторон во взаимодействии. Благодаря доверию обмен информацией становится более широким, приобретая черты

[1] Глава основана на эмпирических данных, полученных в рамках мониторинга состояния гражданского общества и других проектов, реализованных Центром изучения гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ в 2011–2013 гг. при поддержке Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

постоянства. Доверие населения к НКО мы рассматриваем как совокупность социально обоснованных и социально подтвержденных ожиданий в отношении деятельности негосударственных некоммерческих организаций.

Вопрос о доверии к НКО выяснялся в ходе исследования 2010 г. только среди тех, кто был информирован об их деятельности[1]. Информированность влияет на то, какой устанавливается тип доверия к НКО. Если человек информирован о деятельности НКО, то есть негосударственная некоммерческая организация не является неизвестным объектом, то доверие формируется на основе надежности, единства, приязни, предсказуемости, выполняя при этом функции формирования устойчивых позитивных отношений и обеспечения эффективного взаимодействия. Если же НКО является неизвестным человеку объектом, то доверие к нему формируется на основе интуитивных и эмоциональных оценок, стереотипов, предубеждений, а также на основе интереса к нему, его новизны, непонятности, выполняя при этом функции облегчения принятия решения в ситуации дефицита информации, познания мира и социального обмена.

Респондентам, заявившим о том, что они знают или что-то слышали о местных НКО (76%), задали вопрос «*Каким общественным объединениям и другим некоммерческим организациям, общественным гражданским инициативам Вы доверяете?*». Ответили: «никаким» 21% респондентов этой группы, и еще 18% затруднились ответить[2]. Если учесть, что не отвечали на этот

[1] В данном параграфе здесь и далее приводятся результаты исследования, проведенного Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ ВШЭ в 2010 г. в рамках Программы фундаментальных исследований. Программа исследования и инструментарий разработаны И.В. Мерсияновой и Л.И. Якобсоном. Исследование предполагало массовые опросы населения по технологии Георейтинга. Сбор информации — Фонд «Общественное мнение». Опросы осуществлялись в 83 субъектах РФ среди населения в возрасте от 18 лет и старше. Размер выборки в каждом субъекте РФ составил 500 респондентов, по России — 41,5 тыс. респондентов. Во всех субъектах РФ применялись общие принципы построения выборки. Использовалась территориальная трехступенчатая стратифицированная выборка домохозяйств. Отбор домохозяйств проходил в три этапа. На первом этапе отбирались административные районы, на втором — населенные пункты, на третьем — домохозяйства. Статистическая погрешность по каждому субъекту РФ не превышает 5,5%. Для суммарных результатов по всем 83 субъектам РФ статистическая погрешность не превышает 1%.

[2] Значения показателей рассчитаны по числу респондентов, которым задавался этот вопрос, что составило 76% всей выборки.

вопрос 24% респондентов всей выборки, то получится, что высказались о доверии тем или иным НКО 37% россиян.

Респонденты, заявившие о доверии конкретным организациям, чаще упоминали общества защиты прав потребителей (12%), ветеранские объединения (9%), садовые и дачные товарищества (8%), профсоюзы (8%) и общества инвалидов (7%). Реже других у респондентов вызывают доверие: профессиональные ассоциации или творческие союзы, органы территориального общественного самоуправления, местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей, этнические общины и молодежные политические / неформальные объединения, движения национально-патриотического толка (по 1%).

На симметричный вопрос «*А каким общественным объединениям и другим некоммерческим организациям, общественным гражданским инициативам Вы точно не доверяете?*» затруднились ответить 37% опрошенных, и еще 5% сказали, что доверяют всем. Остальные 34% респондентов составили «рейтинг недоверия», который возглавили политические партии. Им не доверяют 19% опрошенных россиян. Остальные НКО упоминаются заметно реже. Больше 5% россиян упомянули как не внушающие доверия лишь три типа НКО: товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы (8%), профсоюзы (7%) и религиозные общины, организации, движения (6%). Остальные упоминались в таком качестве 4% респондентов и менее.

Отношение к НКО различается по федеральным округам и регионам. Ответы на вопрос о доверии населения различным видам НКО в разных федеральных округах показали, что наибольшим доверием пользуются общества защиты прав потребителей. Здесь значимое отклонение в меньшую сторону зафиксировано лишь в Северо-Кавказском федеральном округе (4%), где жители в целом дали меньше позитивных ответов на этот вопрос. На втором месте в рейтинге доверия — ветеранские объединения. Им доверяют от 9 до 11% жителей разных округов. По 5% голосов ветеранские объединения получили лишь в Дальневосточном и Северо-Кавказском округах. Третье место — у садовых и дачных товариществ и профсоюзов. Доверие им тоже колеблется вокруг средних величин в разных федеральных округах (7–10% против 8

в среднем по выборке), за исключением опять же Северо-Кавказского округа, где садовым и дачным товариществам доверяют лишь 3% опрошенных, а профсоюзам — 5%.

Обществу защиты прав потребителей больше всего доверяют в Курской (31%), Ивановской (18%) и Костромской (17%) областях, а также в Москве. Среди регионов других федеральных округов следует отметить Псковскую область, Республику Адыгея, Волгоградскую область, Удмуртскую Республику, Нижегородскую область. В Сибирском и Дальневосточном федеральных округах высокие показатели доверия демонстрируют жители Омской области и Хабаровского края.

Доверие благотворительным организациям, фондам и различным инициативам в среднем по России колеблется на уровне 2–4%. Следует отметить регионы, где уровень доверия к ним выше, чем в среднем по России. Это Москва (7%) и Мурманская область (11%). В Южном федеральном округе наивысший уровень доверия к этому виду организаций гражданского общества демонстрируют жители Республики Адыгея (5%), в Северо-Кавказском федеральном округе — жители Республики Дагестан (5%). В остальных федеральных округах следует отметить Республику Татарстан (7%), Саратовскую область (6%), Амурскую область (6%), Еврейскую автономную область (7%) и Республику Саха (Якутия) (6%).

Благотворительным фондам доверяют несколько меньше. В целом по России доля доверяющих им респондентов колеблется от 1 до 3%. Самый высокий процент доверия наблюдается в Мурманской области (7%). Высокое доверие к различным благотворительным инициативам демонстрируют жители Курской (13%) и Ростовской (11%) областей, а также жители Республики Саха (Якутия) (10%).

На вопрос о недоверии к различным видам некоммерческих организаций многие респонденты затруднились ответить. Особенно много таких оказалось в Дальневосточном (44%), Северо-Западном (41%), Южном (40%) округах. В среднем затруднились ответить на него 37% респондентов.

Те, кто отмечали те или иные НКО в этом рейтинге недоверия, чаще всего выбирали из списка политические партии. Не доверять политическим партиям чаще прочих склонны жители

Центрального ФО (24%). В остальных округах значимых отклонений в бóльшую сторону в выборе этого варианта из предложенных ответов нет. На втором месте в рейтинге недоверия стоят ТСЖ, жилищно-строительные кооперативы. Доля не доверяющих им колеблется от 6 до 10%, за исключением тех, кто живет в Северо-Кавказском округе, где, как уже упоминалось, люди вообще дают меньше ответов. Не доверяющих профсоюзам в среднем по выборке 7%, а в разных федеральных округах эта доля колеблется от 4 до 8%, также не давая значительных отклонений от среднего показателя.

Различается отношение к НКО среди представителей некоторых социально-демографических групп. Ответы на вопрос «*Каким общественным объединениям и другим некоммерческим организациям, общественным гражданским инициативам Вы доверяете больше всего*?» не выявили значимых отличий по гендерному признаку. И мужчины, и женщины чаще выбирают общества защиты прав потребителей (11 и 13% соответственно при среднем показателе 12%). На втором месте — ветеранские объединения (11 и 8% при среднем — 9%), а на третьем — садовые и дачные товарищества (по 8%). Затруднялись ответить, либо давали отрицательный ответ и мужчины, и женщины также примерно одинаково часто (40 и 38% соответственно при среднем — 39%).

Распределение ответов на вопрос о доверии общественным объединениям и другим НКО в зависимости от возраста показало, что отличия в доверии НКО в разных возрастных группах несущественны. Можно отметить лишь, что самые пожилые респонденты реже представителей других возрастных групп доверяют обществам защиты прав потребителей (8%). В отношении к другим НКО распределение в возрастных группах колеблется вокруг средних.

Ответы на указанный вопрос респондентов с различным уровнем образования показали тенденцию к росту доверия к НКО с повышением уровня образования. Люди с высшим образованием несколько чаще доверяют: обществам защиты прав потребителей (16% против 12 в среднем по выборке); садовым и дачным товариществам и профсоюзам (по 11% против 8); спортивным, туристическим, охотничьим, автомобилистским объединениям / клубам (9% против 6); культурным, краевед-

ческим, природоохранным движениям, инициативным группам (7% против 4).

Анализ мнений респондентов с разным уровнем образования в вопросе о недоверии НКО показал, что люди с высшим образованием чаще остальных говорят о недоверии к политическим партиям (26% против 19 в среднем по выборке). Несколько чаще других они говорят также о недоверии к профсоюзам (9% против 7). В отношении остальных НКО представители этой группы солидарны с большинством россиян.

Распределение ответов на вопрос о доверии общественным объединениям и другим НКО зафиксировало статистически значимые различия мнений в зависимости от рода занятий в двух группах: студентов и предпринимателей, лиц, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью.

Предприниматели чаще, чем в среднем, указывали, что доверяют больше, чем другим, обществам защиты прав потребителей (19% против 12 в среднем по выборке). Студенты чаще респондентов из других групп занятости заявляли также о своем доверии органам школьного / студенческого самоуправления (13% против 3 в среднем), спортивным, туристическим, охотничьим, автомобилистским объединениям / клубам (12% против 6). Кроме того, они значительно чаще прочих высказывали доверие молодежным политическим объединениям (7% против 2).

Распределение ответов на вопрос о недоверии различным видам общественных объединений и других некоммерческих организаций обнаружило, что студенты реже работающих (и предпринимателей, и наемных работников) не доверяют товариществам собственников жилья, жилищно-строительным кооперативам (4% против 9 среди работающих в обеих группах). Политическим партиям не доверяет самая большая доля всех опрошенных (19%), и доля эта заметно выше среди предпринимателей, лиц, занятых индивидуальной трудовой деятельностью (26%).

У респондентов с разным уровнем дохода не обнаружилось существенных различий в доверии к разным типам НКО. Можно лишь отметить, что несколько чаще, чем в среднем, представители самой высокодоходной группы в нашей выборке (те, кто имеют доход более 10 тыс. руб. на одного члена семьи в месяц, доля группы — 28%) доверяют обществам защиты прав

потребителей (15% против 12 в среднем) и спортивным, туристическим, охотничьим, автомобилистским объединениям / клубам (9% против 6). В отношении остальных НКО значимых отличий не обнаружено.

Распределение ответов о доверии общественным объединениям и другим НКО в зависимости от типа населенного пункта показало, что этот критерий фиксирует значимые различия в отношении ряда НКО. Так, москвичи заметно чаще доверяют экологическим организациям (10% против 4 в среднем по выборке). Жители Санкт-Петербурга значимо чаще отмечали в числе тех НКО, которым они доверяют, садовые и дачные товарищества (14% против 8). Те, кто живут в других городах-миллионниках, чаще, чем в среднем, высказывали доверие обществу защиты прав потребителей (23% против 12), садовым и дачным товариществам (14% против 8), профсоюзам (12% против 8), обществам инвалидов (12% против 7). Жители городов с численностью населения от 250 тыс. до 1 млн чаще, чем в среднем, говорили о своем доверии обществам защиты прав потребителей (19% против 12), садовым и дачным товариществам (12% против 8), обществам инвалидов (9% против 7).

Те, кто живут в средних городах (с численностью населения от 50 до 250 тыс.), а также в малых городах и селах, не выказали отличного от средних показателей опроса более доверительного отношения к тем или иным НКО.

Вопрос о недоверии общественным объединениям и другим некоммерческим организациям, общественным гражданским инициативам вызвал затруднения у значительной части респондентов, живущих в разных типах населенных пунктов. Не смогли на него ответить 40% жителей Санкт-Петербурга и городов с населением от 250 тыс. до 1 млн; 41% жителей средних городов с населением от 50 до 250 тыс. В среднем по выборке затруднились ответить на этот вопрос 37% опрошенных.

«Лидером недоверия» оказались политические партии. Им не доверяют 35% москвичей, 24% петербуржцев, 29% тех, кто живет в городах-миллионниках, 28% жителей городов с числом жителей от 250 тыс. до 1 млн (средний по выборке показатель — 19%). Сравнительно высоким уровнем недоверия отличаются также товарищества собственников жилья, жилищно-строительные

кооперативы. В Москве им не доверяют 15%, в городах-миллионниках 13% опрошенных (в среднем — 8%). Профсоюзам чаще не доверяют москвичи (12% против 7 в среднем по выборке).

Жители столицы вообще чаще, чем в среднем, склонны не доверять большинству НКО. В частности, они с недоверием относятся к религиозным общинам, организациям, движениям (11% против среднего показателя 6%); благотворительным фондам, выделяющим деньги для решения различных проблем (12% против 4); движениям национально-патриотического толка (12% против 4); правозащитным организациям (юридическая помощь жертвам произвола властей, призывникам, комитеты солдатских матерей и т.д.) (10% против 3); этническим общинам, национальным диаспорам, землячествам (12% против 3); молодежным политическим объединениям (11% против 3).

Примерно пятая часть респондентов (21%) ответила, что не доверяет никакой из организаций, а доля ответивших, что они доверяют всем, составила 5%. При этом 37% респондентов затруднились дать ответ на этот вопрос, а 24% респондентов не дали никакого ответа (им вопрос не задавался, поскольку они не были информированы о деятельности НКО).

Среди граждан, принимающих участие в деятельности хотя бы одной НКО (кроме ТСЖ, ЖСК, садовых и дачных товариществ, политических партий), уровень доверия к общественным объединениям и другим некоммерческим организациям, общественным гражданским инициативам заметно выше общероссийского. Респонденты, вовлеченные в деятельность НКО, чаще, чем в среднем, доверяют профсоюзам (25% против 8 в среднем по выборке), ветеранским объединениям (19% против 9), спортивным, туристическим, охотничьим, автомобилистским клубам (15% против 6), обществам защиты прав потребителей (20% против 12) (см. табл. 1).

Что касается вопроса о тех НКО, которым респонденты точно не склонны доверять, то и здесь мнения участников НКО и тех, кто ими не является, несколько отличаются. Интересно, что о своем недоверии политическим партиям чаще говорят те, кто состоят хотя бы в одной НКО (28% против 19 среди тех, кто в таких организациях не состоит) (см. табл. 2). Аналогичная

ситуация складывается с товариществами собственников жилья и ЖСК, а также профсоюзами (12 и 11% против 8 и 7% соответственно).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «*Каким общественным объединениям и другим некоммерческим организациям, общественным гражданским инициативам Вы доверяете больше всего?*» (% опрошенных, допускался выбор любого числа вариантов ответа)

Варианты ответа	Население России в целом	Граждане, участвующие в деятельности НКО	Граждане, не участвующие в деятельности НКО
Никаким	21	14	32
Общества защиты прав потребителей	12	20	15
Ветеранские объединения	9	19	11
Профсоюзы	8	25	8
Садовые и дачные товарищества	8	14	8
Общества инвалидов	7	14	9
Спортивные, туристические, охотничьи, а/м клубы	6	15	7
Товарищества собственников жилья и ЖСК	5	8	5
Благотворительные инициативы и акции	4	9	5
Домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	4	10	5
Культурные, краеведческие, природоохранные движения	4	11	5
Религиозные общины, организации, движения	4	9	5
Экологические организации	4	8	5
Политические партии	4	6	4
Правозащитные организации	4	7	4
Благотворительные организации	3	8	4
Инициативные группы, объединения родителей	3	10	3
Женские организации	3	7	4
Группы, органы школьного и студенческого самоуправления	3	10	3
Благотворительные фонды	2	4	2

Окончание табл. 1

Молодежные политические объединения	2	4	2
Профессиональные ассоциации и творческие союзы	1	4	2
Территориальное общественное самоуправление, обустройство жилых территорий	1	4	2
Местные инициативы по защите прав и интересов местных жителей	1	3	1
Молодежные неформальные объединения неполитического характера	1	3	1
Этнические общины, национальные диаспоры, землячества	1	3	1
Движения национально-патриотического толка	1	1	1
Затрудняюсь ответить	18	14	25
Ни о каких не знаю и не слышал(-а)	24	-	-
Другие	0	1	0

Примечание: Вопрос задавался тем респондентам, кто знал или что-то слышал о местных НКО. Значения показателей рассчитывались от 100-процентной численности всей выборки.

При этом уровень недоверия к ветеранским объединениям, профессиональным ассоциациям и творческим союзам, спортивным, туристическим, охотничьим и автомобилистским клубам, к культурным, краеведческим, природоохранным движениям не различается в зависимости от участия или неучастия респондента в деятельности НКО.

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос «*Каким общественным объединениям и другим некоммерческим организациям, общественным гражданским инициативам Вы точно не доверяете?*» (% опрошенных, допускался выбор любого числа вариантов ответа)

Варианты ответа	Население России в целом	Граждане, участвующие в деятельности НКО	Граждане, не участвующие в деятельности НКО
Политические партии	19	28	25
Товарищества собственников жилья и ЖСК	8	12	9

Продолжение табл. 2

Профсоюзы	7	11	8
Религиозные общины, организации, движения	6	10	7
Всем доверяю	5	9	6
Молодежные неформальные объединения неполитического характера	4	7	5
Благотворительные фонды	4	7	5
Движения национально-патриотического толка	4	7	4
Этнические общины, национальные диаспоры, землячества	3	6	4
Благотворительные организации	3	5	4
Домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	3	5	4
Благотворительные инициативы и акции	3	5	3
Общества защиты прав потребителей	3	4	4
Молодежные политические объединения	3	5	3
Территориальное общественное самоуправление, обустройство жилых территорий	3	5	3
Экологические организации	3	4	3
Правозащитные организации	3	5	3
Местные инициативы по защите прав и интересов местных жителей	2	4	3
Садовые и дачные товарищества	2	4	3
Общества инвалидов	2	3	2
Ветеранские объединения	2	2	2
Профессиональные ассоциации и творческие союзы	2	2	2
Женские организации	1	2	2
Группы, органы школьного и студенческого самоуправления	1	2	2
Инициативные группы, объединения родителей	1	2	2

Окончание табл. 2

Спортивные, туристические, охотничьи, а/м клубы	1	1	1
Культурные, краеведческие, природоохранные движения	1	1	1
Затрудняюсь ответить	37	38	51
Ни о каких не знаю и не слышал(-а)	24	0	0
Другие	1	1	2

Примечание: Вопрос задавался тем респондентам, кто знал или что-то слышал о местных НКО. Значения показателей рассчитывались от 100-процентной численности всей выборки.

Важным аспектом проблемы доверия к НКО является доверие со стороны их целевых групп, то есть со стороны тех, на кого нацелена работа организации. Установка на доверие конкретной НКО является важным условием формирования ее имиджа. В ходе проведенных нами глубинных интервью с 20 руководителями НКО бóльшая часть руководителей НКО (13 человек) считает, что имеется высокий уровень доверия к их организации со стороны всех целевых групп, еще в двух НКО отметили, что есть высокий уровень доверия со стороны отдельных целевых групп.

Приведем несколько примеров.

- *Со стороны всех целевых групп есть доверие. Оно исходит из того, что ты делаешь, от результатов твоей деятельности* (общественная организация социальной помощи, Московская область, работает с 1991 г.).
- *У нас высокий уровень доверия со стороны всех групп. Административных, целевых и нецелевых* (НКО, объединяющая организации различных форм собственности и предпринимательства, Московская область, работает с 1997 г.).
- *Уровень доверия высокий — мы неоднократные лауреаты городского конкурса, на фестивалях очень хорошо себя зарекомендовали, от министра культуры у меня не одна грамота* (организация художественной самодеятельности, Московская область, работает с 1993 г.).
- *Думаю, что ни федерация, ни наши инструкторы не запятнали себя. Авторитетом не торгуем. Самое хорошее доверие — это доверие на уровне конкретного человека. Мы не будем стучать*

в грудь кулаком, но о нас никто плохо за спиной не скажет (спортивная общественная организация, Москва).

- *К нам серьезный уровень доверия. Этот уровень подтверждается нашим профессиональным отношением к делу. Вообще говоря, поскольку прямое отношение к полетам аэростатов имеют вопросы безопасности, у нас очень серьезно поставлена эта работа. У нас аттестованные пилоты, есть «Свидетельства эксплуатантов», выданные Минтрансом Российской Федерации. Наша аэростатная техника сертифицированная, периодически проходит там осмотры. Собственно, это и позволяет обеспечивать заданный уровень безопасности, и уже как производное, это доверие к нам* (спортивная общественная организация, Московская область).

Тем не менее руководители некоторых НКО отмечали, что чувствуют, скорее, недоверие к своей организации. Отчасти это недоверие объясняется спецификой деятельности конкретного НКО (например, ТСЖ сталкиваются с недоверием к сфере ЖКХ в целом, что не может не отразиться на отношении к конкретной организации).

- *К ЖКХ идет накат большого недоверия. Мы со своей стороны стараемся быть во всем открыты. Каждый может изложить свою точку зрения, предлагать какие-то свои решения, но бывают такие люди, которым все плохо* (товарищество собственников жилья, Москва).
- *Я бы сказал, высокий уровень доверия только со стороны тех групп населения, которые были вовлечены в наши программы, почувствовали на себе эффект от той или иной инициативы. Конечно, они начинают с бóльшим уровнем доверия относиться к такого рода организациям, как наша (*благотворительный фонд, Москва, работает с 1998 г.*)*.

Помимо сказанного недоверие к НКО связано с частичным сохранением негативного восприятия благотворительности как средства отмывания денег, сформировавшегося еще в 1990-е годы.

- *Думаю, это связано в первую очередь с тем, что благотворительность в 1990-е годы многими воспринималась как средство отмывания денег. То есть с плохим имиджем благотворительности тех лет. И ментальностью чиновников, которые не могут иногда, скажем, воспринять благотворительность как движение*

души, а не как средство личного продвижения (именной благотворительный фонд, Москва, работает с 1999 г.).

Мнения респондентов по вопросу о том, какие группы населения проявляют, наибольшее доверие к некоммерческим организациям, разделились. Часть руководителей НКО считает, что большее доверие по сравнению с молодежью проявляют пожилые люди.

- *Наибольшее доверие у людей брежневской закалки, которые росли в те времена. И меньше доверия у молодежи, которая выросла уже после перестройки. Я думаю, связано это с избытком информации, засоренностью СМИ, хаотичностью подачи информации* (фонд помощи ветеранам войны в Афганистане, Москва).
- *Мне кажется, что пенсионеры больше доверяют. Пенсионеры больше в нашей организации заинтересованы. Они обращаются чаще. У них интерес и доверие больше* (общественная организация, Московская область, работает с 1991 г.).
- *Подростки меньше доверяют. Свойства возраста. Очень много сил надо вложить, чтобы заслужить доверие подростка* (организация социально-психологической помощи детям и подросткам, Московская область, работает с 2004 г.).

Другие, напротив, считают, что заслужить доверие пенсионеров гораздо сложнее, чем молодежи.

- *Как ни странно, меньше доверяют пенсионеры, они у нас никому не доверяют. Они все недоверчивые очень сильно. Я думаю, что это связано с традициями нашей страны и с нашим советским прошлым* (благотворительный фонд, Москва, работает с 1998 г.).

В 18 из 20 опрошенных НКО предпринимаются шаги для повышения уровня доверия со стороны целевых групп. Чаще всего в качестве способов повышения доверия к организации со стороны целевых групп руководители НКО называли следующие:

Эффективная деятельность организации

- *Наша практическая деятельность, а мы работаем уже одиннадцатый год, убедила государство в лице различных органов исполнительной и законодательной власти, что мы не преследуем никаких корыстных целей, бизнес-целей, не занимаемся продвижением личности учредителя для решения каких-то бизнес-задач. Наверное, та репутация, которую мы заработали, и есть некий наш инструмент сегодня, и авторитет, который*

мы сейчас имеем, это и есть наш инструмент продвижения наших проектов сегодня в государственных органах (именной благотворительный фонд, Москва, работает с 1999 г.).

- *Естественно, вся деятельность направлена на это. Чтобы все целевые группы наши, и руководство предприятий, и инженерно-технический состав, и молодежь, которая трудится на предприятиях, видели... Отсюда наши различные программы, мероприятия общероссийского масштаба, а также в отдельных субъектах Российской Федерации, где действуют наши региональные отделения* (объединение юридических лиц, Москва, работает с 2007 г.).
- *Оказание услуг на качественном уровне. Вникание в проблему организаций для представления их интересов. Стараемся оказать качественные услуги. Оказываем помощь, в том числе бесплатно* (НКО, объединяющая организации различных форм собственности и предпринимательства, Московская область, работает с 1997 г.).
- *Только улучшение качества преподавания. Другого пути у нас нет. Люди, которые учатся, распространяют информацию* (учебно-спортивная общественная организация, Московская область).

Активное информирование о своей деятельности: сайт организации, материалы в СМИ, выпуск собственных информационных материалов и изданий.

- *В частности, мы сейчас открываем сайт. Стараемся как можно больше информации о себе давать, открываем еще отдельный сайт, личный Олега Владимировича. Делаем перекрестные ссылки. Сейчас работаем со СМИ, стараемся к каждому нашему мероприятию выпускать пресс-релизы, приглашать всевозможных заинтересованных лиц. Просто более широко оповещаем общественность о нашей деятельности* (благотворительный фонд, Москва, работает с 1998 г.).
- *У нас полностью на сайте размещены наши программы, рассказано, что мы делаем. Новости, еженедельно, где-то мы провели какую-то акцию, тут же мы ее размещаем. Выпускаем разные брошюрки, которые мы раздаем на этих лекциях, журнал «Здоровье человека», зарегистрировали его как СМИ, который тоже раздаем бесплатно всем нашим пациентам* (общественная организация инвалидов, Москва, работает с 1996 г.).

- *Мы публикуем нашу информацию в СМИ, статьи о проделанной работе* (фонд помощи ветеранам войны в Афганистане, Москва).
- *Стараемся давать какую-то небольшую рекламу в печатных СМИ, на форумах в Интернете засветиться. Рассылки всякие делаем. И через знакомых действуем* (общественная организация развития ушу, Москва).

Усилия по обеспечению максимальной открытости деятельности НКО, финансовой прозрачности.

- *Прозрачность деятельности фонда, в первую очередь финансовая прозрачность деятельности фонда, и практика его работы. Ежегодно мы публикуем на сайте наш финансовый отчет* (именной благотворительный фонд, Москва, работает с 1999 г.).

На доверие россиян к НКО влияют многие факторы — информированность о результатах их деятельности, вовлеченность в их работу и т.д. Сами же НКО в своей деятельности могут придерживаться политики открытости, делая информацию о себе более доступной, что также будет способствовать выработке адекватных установок населения по отношению к НКО.

Открытость как принцип функционирования НКО

Во многих странах существует порядок, в соответствии с которым НКО ежегодно составляют и публикуют в открытой печати отчеты о своей деятельности, в том числе финансовые, с данными о заработной плате и других выплатах руководителям и сотрудникам НКО. Они беспрепятственно предоставляют любую информацию о себе по запросам населения, общественных организаций и СМИ. В рамках проведенного исследования руководителям НКО был задан вопрос, может или не может такая практика быть принята подавляющим большинством российских НКО. Согласно полученным данным[1], более половины (58%)

[1] Здесь и далее, если не указано иное, приводятся данные по результатам исследования, проведенного Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ ВШЭ осенью 2010 г. по Программе фундаментальных исследований ГУ ВШЭ. Сбор информации осуществлен ООО «MarketUp» методом личного опроса руководителей НКО по полуформализованной анкете. Программа исследования и инструментарий разработаны И.В. Мерсияновой и Л.И. Якобсоном. Объем выборки составил 1015 НКО. Опрос проводился в 33 субъектах РФ по квотной выборке, с использованием репрезентативных квот по организационно-правовым формам и годам регистрации

руководителей обследованных некоммерческих организаций считают, что подобная практика открытости может быть принята подавляющим большинством российских НКО. Чаще всего данной точки зрения придерживаются руководители НКО, использующих труд добровольцев, имеющих четкую внутреннюю организационную структуру и стратегию деятельности, предоставляющих свою финансовую информацию в открытом доступе, взаимодействующих с федеральными органами власти.

Примерно каждый пятый руководитель НКО полагает, что практика открытости не может быть принята подавляющим большинством российских НКО. 12% респондентов не смогли ответить на данный вопрос (см. рис. 1). По сравнению с 2009 г. на 6 п.п. снизилась доля руководителей НКО, считающих, что такая практика открытости может быть принята подавляющим большинством российских НКО, на 7 п.п. возросла доля тех, кто считает, что подобная практика принята быть не может. За три года, с 2007 по 2010 г., незначимо изменилась доля тех руководителей НКО, кто в той или иной мере считает, что практика открытости может быть принята подавляющим большинством российских НКО. А за период 2010–2012 гг. эта доля заметно увеличилась — с 58% до 72 (см. рис. 1)[1].

Введение практики открытости среди российских НКО, по мнению респондентов, может в первую очередь привести к тому, что повысится доверие к НКО (так полагают 49% респондентов, среди них чаще всего — руководители фондов). На втором месте по частоте упоминания находятся такие последствия введения

НКО. В соответствии с заданными квотами опрашивались руководители организаций, расположенных в городских округах, городских поселениях и иных муниципальных образованиях на территории 33 субъектов РФ. Основанием для отбора регионов являлась типология субъектов РФ по трем группам характеристик: по индексу урбанизации, по индикатору развитости некоммерческого сектора (в количественном выражении), по индикатору экономического развития субъекта РФ, выраженному в показателе душевого валового регионального продукта (ВРП) к среднему по России. Основой для отбора респондентов являлись реестры некоммерческих организаций и общественных объединений в этих субъектах РФ. Отбор проводился механическим способом. Не более двух третей общего числа респондентов в каждом субъекте РФ были опрошены в его административном центре (за исключением Москвы и Санкт-Петербурга).

[1] Данные за 2012 г. представляют собой результаты всероссийского обследования НКО, проведенного Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ в 2012 г. по Программе фундаментальных исследований НИУ ВШЭ. Методика обследования является аналогичной той, которая применялась в описанном выше обследовании НКО 2010 г.

этой практики, как: повышение ответственности организаций за результаты работы (30%), повышение ответственности организаций за использование грантов и пожертвований (28%), уменьшение количества злоупотреблений в НКО (24%), станет лучше отбор НКО, которые заслуживают поддержки (20%).

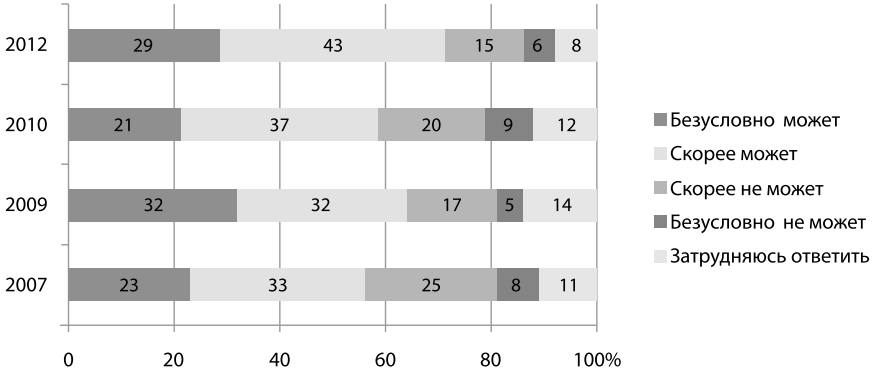


Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос *«По Вашему мнению, может или не может практика открытости быть принята подавляющим большинством российских НКО?»* (% опрошенных, 2007–2012 гг.)

Больше всего руководителей НКО, убежденных в положительных последствиях от введения практики открытости в российских НКО, было в 2009 г. Это касалось прежде всего повышения доверия к НКО, повышения ответственности НКО за результаты своей работы и уменьшения количества злоупотреблений в НКО.

Среди обследованных в 2010 г. НКО 39% делали добровольные публичные отчеты о своей деятельности, которые были доступны всем заинтересованным лицам и организациям; 60% НКО пока этого не делали. Практика подготовки добровольных публичных отчетов более свойственна фондам, НКО, занимающимся филантропией. Наиболее закрыты в этом смысле религиозные организации — только 18% НКО данного типа размещают свои публичные отчеты.

Среди готовящих публичные отчеты большинство НКО включает в них информацию об источниках получения денежных средств и о направлениях их расходования (73 и 72% соот-

ветственно). Чаще других информацию об источниках получения денежных средств включают в публичные отчеты НКО, занимающиеся международной деятельностью, и религиозные организации. Реже всего — автономные НКО и НКО, занимающиеся культурой и рекреацией. О направлениях расходования денежных средств в качестве информации для публичных отчетов чаще дают объединения юридических лиц и фонды, НКО, занимающиеся филантропией, здравоохранением. Реже всего — некоммерческие партнерства, НКО, занимающиеся культурой и рекреацией.

Более трети обследованных НКО (38%), распространяющих свои публичные отчеты, делают это в форме «живой презентации» на различных мероприятиях (см. рис. 2). Также достаточно распространены следующие формы: электронный отчет на интернет-сайте организации, публикация в СМИ, самостоятельное печатное издание. Реже используются такие формы распространения публичных отчетов, как: электронный отчет на компакт-диске, электронный отчет на специализированных интернет-сайтах (9 и 8% соответственно).

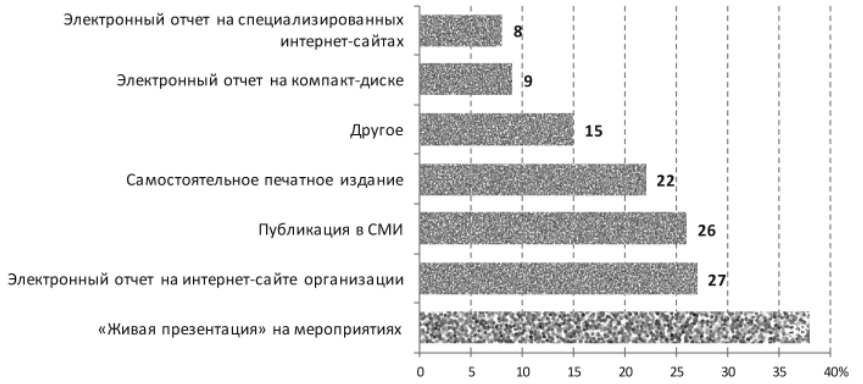


Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «*В каком формате делается и распространяется публичная отчетность в Вашей НКО?*» (% ответивших, 2010 г., допускалось несколько вариантов ответа)

Обращает на себя внимание тот факт, что начиная с 2001 г., вновь регистрируемые НКО начали активно, с первых лет своей работы, готовить публичные отчеты. Так, среди НКО, зарегистрированных в 2008–2010 гг., свой первый публичный отчет в этот период сделали 83% организаций.

Почти треть (31%) руководителей НКО, не делающих публичные отчеты, сказали, что на то нет конкретной причины. Чаще всего в качестве причин отказа от подготовки публичных отчетов респонденты называли отсутствие преимущества от предоставления публичных отчетов (16%), нехватку различных ресурсов на подготовку публичной отчетности (14%), а также то, что их НКО не нуждается в общественном внимании (13%). Реже назывались следующие причины (от 3 до 9%): не знаем о публичной отчетности; слишком большие затраты по отношению к получаемым выгодам; не хватает знаний, навыков; это ограничит наши возможности получать финансирование; опасаемся негативных последствий для клиентов НКО; опасаемся негативных последствий для сотрудников, учредителей, спонсоров, доноров НКО. Таким образом, какой-то основной, доминирующей причины, мешающей большинству НКО готовить публичные отчеты, не существует.

Половина опрошенных руководителей НКО (51%) не планирует делать отчеты о деятельности своих организаций. 39% — планируют делать такие отчеты в ближайшее время, еще 3% стали бы делать такие отчеты, если для этого будет какой-то стимул. 7% руководителей НКО затруднились дать ответ на этот вопрос.

Основными стимулами, способными подтолкнуть НКО к созданию публичной отчетности, по мнению респондентов, являются прежде всего возможности привлекать финансирование из различных источников, возможность привлекать добровольцев для реализации своих проектов, стремление обеспечить репутацию и требование законодательства (см. рис. 3). Реже (от 3 до 9%) назывались такие причины, как: требование учредителей и (или) доноров; получение помощи в создании публичной отчетности; помощь в обеспечении широкой доступности публичных отчетов.

Результаты глубинных интервью с руководителями НКО свидетельствуют о том, что «публичная отчетность» понимается руководителями некоммерческих организаций в различных форматах и формах:

- *Публичную отчетность о своей деятельности мы представляем раз в два года на отчетно-перевыборном собрании* (товарищество собственников жилья, Москва).

- *Публичной? У нас ее как таковой, наверное, нет. Но у нас есть отчетность перед членами организации. Внутренняя отчетность наша* (общественная организация помощи химически зависимым людям, Москва).
- *Только налоговая отчетность. Кому это надо — публичная отчетность?* (национально-культурная автономия, Московская область).

Рис. 3. Распределение ответов респондентов на вопрос «*Что является для таких НКО, как Ваша, реальным стимулом для создания публичной отчетности?*» (% опрошенных, допускалось несколько вариантов ответа)

- *Какую положено. Наши отчеты мы предоставляем в Министерство юстиции, наши региональные отделения предоставляют отчетность в установленном порядке для территориальных управлений юстиции, и эта информация доступна для управления юстиции. А с нового года, в рамках нового закона, эта информация будет размещаться в Интернете, в соответствии с новыми законами. Она будет открыта и доступна для всех граждан, для общественности* (объединение юридических лиц, Москва, работает с 2007 г.).

- *Да, предоставляем отчетность. Не публичную, а учредителю. Естественно, во все структуры остальные* (АНО профессионального образования, Московская область, работает с 1994 г.).
- *Да, на сайте мы публикуем эту информацию* (фонд помощи ветеранам войны в Афганистане, Москва).
- *Публичную отчетность предоставляем на сайте. И кроме того, мы в обязательном порядке отчитываемся перед Минюстом, то есть в виде ежегодных годовых отчетов, которые мы посылаем туда* (спортивная общественная организация, Московская область).

Каналы размещения публичной отчетности НКО различны:

— сайт организации
- *Годовой отчет размещен на сайте в виде электронной версии и в печатном виде. Мы планируем сейчас напечатать помимо нашего годового отчета еще и отдельный отчет за несколько лет по отдельным программам, более подробный* (благотворительный фонд, Москва, работает с 1998 г.).
- *Финансовый отчет на сайте, и также мы предоставляем в «Форум доноров», как члены «Форума доноров», свои ежегодные отчеты туда. В первую очередь более развернутую форму отчетности мы планируем размещать на своем сайте и участвовать в конкурсе отчетов НКО, проводимом «Форумом доноров»* (именной благотворительный фонд, Москва, работает с 1999 г.).
- *Вывешиваем отчет на сайте. Просто помещаем текст отчета годового, и полугодовой тоже вывесили. И на главной странице сайта помещаем краткие сведения из отчета* (национально-культурная автономия, Московская область).

— сайт Минюста
- *На сайте Минюста. Мы и так открыты. Любую информацию можно узнать. Если не на нашем сайте, то на сайте Минюста есть отчетность, которую мы вывешиваем по их утвержденной форме* (НКО, объединяющая организации различных форм собственности и предпринимательства, Московская область, работает с 1997 г.).

— местные СМИ
- *В газете «Угрешские вести». Куда откровеннее? Нечего нам скрывать* (общественная организация, Московская область, работает с 1991 г.).

- *Раз в год публикуем в газете нулевой баланс, так как нет дохода у предприятия, показываем свои расходы и доходы как таковые* (общественная организация развития ушу, Москва).
- *В местной газете публикуем. У нас и так очень открытая организация. Я не знаю, что еще можно* (организация социально-психологической помощи детям и подросткам, Московская область, работает с 2004 г.).

— предоставление отчета в местные органы власти, головные организации

- *Отчетность мы предоставляем в управу. В письменной форме* (женская общественная организация, Москва).
- *Ежегодно посылаем отчеты о своей деятельности, во-первых, в головную организацию. Во-вторых, в ГИБДД, которая ведет именно процентный отчет. Это есть на сайте ГАИ. Мы никогда не закрывались. Мы всегда открыты* (учебно-спортивная общественная организация, Московская область).

— доски объявлений, доступные широкой общественности

- *На доске объявлений, которая есть в каждом подъезде* (товарищество собственников жилья, Москва).

Элементы открытости в российских НКО

Во время проведения опросов 2009 и 2010 гг. в большинстве обследованных НКО существовали различные *элементы открытости* (см. рис. 4). Наибольший рост активности НКО зафиксирован по следующим элементам открытости:

- существует сайт организации в Интернете (45% в 2010 г., на 23 п.п. больше, чем в 2009 г.);
- проводятся пресс-конференции, делаются публикации в СМИ (39% в 2010 г., на 11 п.п. больше, чем в 2009 г.).

При этом в 2010 г. наблюдалось определенное снижение активности по таким элементам открытости, как публикация годовых отчетов о деятельности организации (на 5 п.п.), годовых финансовых отчетов (на 4 п.п.), проведение независимых аудиторских проверок финансовой деятельности (на 9 п.п.).

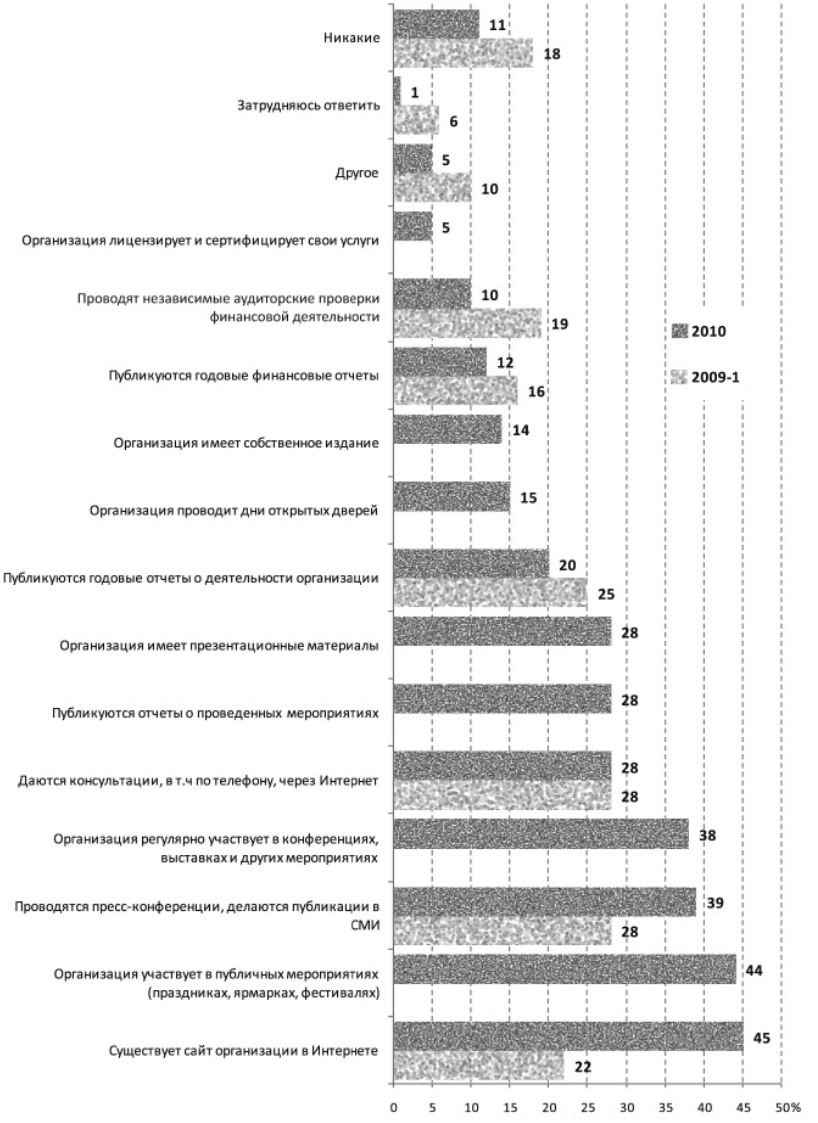


Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос «*Какие элементы информационной открытости использует Ваша организация?*» (% опрошенных, 2009–2010 гг., допускался выбор любого числа ответов)

Наиболее активно следующие элементы открытости используются в следующих типах НКО:

- Сайт организации в Интернете — фонды, деловые и профессиональные союзы, НКО, занимающиеся культурой и рекреацией.
- Участие в публичных мероприятиях (праздниках, ярмарках, фестивалях) — общественные организации, НКО, занимающиеся международной деятельностью.
- Проведение пресс-конференций, публикации в СМИ — фонды, деловые и профессиональные союзы, НКО, занимающиеся международной деятельностью, образованием и исследованиями.
- Регулярное участие в конференциях, выставках и других мероприятиях — общественные организации, деловые и профессиональные союзы, НКО, занимающиеся международной деятельностью.

Чаще других используют различные элементы открытости организации, действующие за пределами одного муниципального образования, имеющие филиалы и представительства; использующие труд добровольцев; имеющие внутреннюю организационную структуру управления, миссию, стратегию деятельности, этический кодекс; размещающие финансовую информацию в открытом доступе; взаимодействующие с органами местного самоуправления, региональными и федеральными властями, другими НКО.

В 2010 г. доля НКО, имеющих свое представительство в Интернете, увеличилась на 10 п.п. по сравнению с 2009 г. и составила 63%. Наиболее популярным вариантом представления организации в Интернете является собственный сайт (см. рис. 5). За прошедший год доля НКО, имеющих свой сайт, выросла на 12 п.п. и составила 45%. Собственные сайты чаще всего имеются у фондов (62%) и автономных некоммерческих организаций (58%), НКО, занимающихся образованием и исследованиями, деловых и профессиональных союзов (по 54%); реже всего — у общественных организаций (40%), НКО, занимающихся окружающей средой (23%).

Также достаточно популярными являются такие варианты представления НКО в Интернете, как размещение информации в тематических электронных каталогах (базах, справочниках) (18%), размещение информации на тематических сайтах в электронных изданиях (16%), осуществление регулярной информа-

ционной рассылки (13%), а также посредством участия сотрудников НКО в тематических блогах / форумах (16%) (см. рис. 5)

Рис. 5. Распределение ответов респондентов на вопрос «*Каким образом Ваша организация представлена в Интернете?*» (% опрошенных, 2009–2010 гг., допускался выбор любого числа ответов)

По мнению 57% опрошенных руководителей НКО, использование Интернета является одним из условий повышения эффективности работы организации. При этом более трети респондентов (34%) придерживаются позиции «безусловно, является». Противоположного мнения придерживаются 41% респондентов, среди которых безусловно отрицательную позицию занимают 17%.

Как показывают результаты глубинных интервью с руководителями НКО, в большинстве обследованных некоммерческих организаций, имеющих сайт, он существует уже давно, и информация на сайте обновляется часто.

- *Сайт создан в 2003 г. Можно сказать, ежедневно обновляется* (именной благотворительный фонд, Москва, работает с 1999 г.).
- *Практически с самого начала нашей деятельности, может, чуть позже. Ежемесячно точно обновляется и даже чаще* (общественная организация помощи химически зависимым людям, Москва).

- *Сайт существовал у нас очень давно. Много лет. Но был в полумертвом состоянии. Мы активизировали его год назад* (национально-культурная автономия, Московская область).
- *Сайт был создан практически сразу после того, как была наша организация зарегистрирована. Обновляется информация еженедельно* (объединение юридических лиц, Москва, работает с 2007 г.).
- *Сайт с 1997 г. Мы его в этом году поменяли. Сейчас он стал более насыщенный. Информация обновляется ежедневно, иногда еженедельно* (НКО, объединяющая организации различных форм собственности и предпринимательства, Московская область, работает с 1997 г.).
- *Сайт создан года четыре тому назад. Там вся информация о нашей деятельности. Все, что у нас есть, все программы. Новости обновляются постоянно, каждую неделю* (общественная организация инвалидов, Москва, работает с 1996 г.).
- *Может, в 2000 г. Достаточно давно существует. Часто обновляется. Зависит от работы сисадминов, я не вдавался в подробности. Я не знаю — раз в неделю, раз в месяц* (фонд помощи ветеранам войны в Афганистане, Москва).

В зависимости от специфики деятельности НКО на сайтах размещается различная информация, но в обязательном порядке: сведения об учредителях и членах НКО, информация о деятельности организации, конкретных программах и т.п.

- *Информация об учредителе, о составе фонда, об основных программах, о нашей целевой аудитории и новостная лента. Да, и финансовый отчет, самое главное* (именной благотворительный фонд, Москва, работает с 1999 г.).
- *Информация о наших услугах, о том, что мы делаем. Наверное, ну, ежемесячно, это точно обновляется. В финансировании нет, конечно, а вот в плане рекламы — да помогает* (общественная организация помощи химически зависимым людям, Москва).
- *Формальные сведения об организации. Основная информация о деятельности, проектах. Там форум есть. Консультации юристов. Новости. Организации в сфере иммиграции* (национально-культурная автономия, Московская область).
- *Размещена информация о деятельности нашей организации, о внутренних документах, об учредительных документах нашей*

организации. Любой человек может туда войти, посмотреть, как организована деятельность, посмотреть Устав, посмотреть какие-то положения, которые регламентируют нашу деятельность, региональных отделений, первичных отделений, что связано со взносами, решения органов управления организации. У нас занимается специальный сотрудник информативной лентой. Причем это постоянно обновляемая лента, куда размещаются все те события, которые происходили вокруг нашей организации, и те мероприятия, которые проводились нами. И можно зайти в архив, посмотреть, что у нас было, а также посмотреть, что планируется, что на сегодня происходит в организации (объединение юридических лиц, Москва, работает с 2007 г.).

- *Информация о членах палаты, событиях, которые происходят в городе, выставках и о тех событиях, которые проходят в рамках Торгово-промышленной палаты* (НКО, объединяющая организации различных форм собственности и предпринимательства, Московская область, работает с 1997 г.).
- *Информация о том, какие у нас группы, какие программы, что входит в эти программы, какие у нас семинары, какие ближайшие группы, стоимость, количество часов. У нас там есть запись слушателей* (АНО профессионального образования, Московская область, работает с 1994 г.).
- *Информация о нашем музее, новости, фотогалерея. Есть услуги поиска однополчан, книга памяти, друзья сайта, афганский лексикон, Дни воинской славы. Как обычно. Часто обновляется* (фонд помощи ветеранам войны в Афганистане, Москва).

Большинство руководителей НКО считают, что сайт помогает деятельности организации следующим образом:

Повышает уровень информированности об НКО, ее деятельности в целом, отдельных проектах

- *Большая аудитория узнает о фонде, имеет возможность доступа к этой информации* (благотворительный фонд, Москва, работает с 1998 г.).
- *В финансировании, конечно, нет, а вот в плане рекламы и информированности сайт помогает* (общественная организация помощи химически зависимым людям, Москва).
- *Через Интернет легче, чем звонить, узнать о нас, посмотреть это все на сайте. И через Интернет могут поступить какие-то*

предложения (некоммерческое партнерство спортивной направленности, Московская область).

Через сайт идет обращение в НКО представителей целевых групп потребителей услуг организации, волонтеров и т.п.

- *Помогает сайт. Обращение в фонд часто идет через знакомство с сайтом* (именной благотворительный фонд, Москва, работает с 1999 г.).
- *В чем-то, наверное, помогает. Например, появились некоторые волонтеры через сайт. Некоторые люди, когда мы объявляли о необходимости помочь конкретному человеку, через сайт откликаются. Реальный отклик был* (национально-культурная автономия, Московская область).
- *Через сайт приходят люди. Конечно. Обязательно. Когда нам звонят: — «Откуда вы узнали?» — «На сайте были»* (НКО, объединяющая организации различных форм собственности и предпринимательства, Московская область, работает с 1997 г.).
- *У людей, которые к нам приходят, мы спрашиваем, откуда получили информацию. И понимаем, что в процентном соотношении помимо тех, кто пришел по совету друзей, через ТВ, газету, те, кто пришел через сайт, — это вполне реальная величина порядка 30–40%* (учебно-спортивная общественная организация, Московская область).

Через сайт осуществляется обратная связь с представителями целевой аудитории по схемам «вопрос — ответ», «отзывы», ведется запись потребителей услуг и т.п.

- *У нас есть там вопросы и ответы, по поводу чисто инвалидных тем. И в основном к нам обращаются люди, задают свои вопросы. У меня, например, такая-то болезнь... Куда мне обратиться? Кто мне может помочь?* (общественная организация инвалидов, Москва, работает с 1996 г.).
- *Сайт помогает. У нас там есть запись слушателей* (АНО профессионального образования, Московская область, работает с 1994 г.).
- *На наш сайт заходят люди, высказывают какие-то критические или положительные вещи, предложения. Постоянно читая все это, понимаем, где что недоработано и движемся вперед* (учебно-спортивная общественная организация, Московская область).

Члены НКО активно пользуются сайтом, размещают свои объявления.

- *Члены палаты пользуются нашим сайтом. Размещают свои рекламные объявления* (НКО, объединяющая организации различных форм собственности и предпринимательства, Московская область, работает с 1997 г.).

Руководители НКО, не имеющих сайта и не желающих его создавать, объяснили это тем, что:

— некому заниматься сайтом

- *Некому его поддерживать. Зачем? Мы очень маленькая организация, чтобы сайт свой иметь* (женская общественная организация, Москва).
- *Не знаю, кто об этом должен позаботиться, не я же. Я — руководитель, у меня ансамбль свой — все, это моя работа. Почему о сайте я должна думать?* (организация художественной самодеятельности, Московская область, работает с 1993 г.).

— нет для этого средств

- *За это надо платить деньги. Нам это не надо. Я еще раз говорю: мы не будем делать сайт, он нам пока не нужен. У нас не на таком высоком уровне проходит обслуживание, дай бог, чтобы на среднем... Средства тратить нам пока не надо* (товарищество собственников жилья, Москва).

— у многих представителей целевых групп нет Интернета

- *Не хочу, кто этим будет заниматься, просто народ у нас еще не до такой степени продвинутый. Я даже не задумывалась по этому вопросу, потому что у многих Интернета нет* (национально-культурная автономия, Московская область).

Руководители НКО, не имеющих сайта, но желающих его создать, понимают, что такой ресурс важен для повышения информированности об организации, но пока не имеют для этого ресурсов.

- *Собираемся свой сайт делать. Нужна конкретная информация о центре. То есть это в качестве просветительской деятельности* (организация социально-психологической помощи детям и подросткам, Московская область, работает с 2004 г.).
- *У нас и помещения своего нет. Нужно иметь компьютер. Мой рабочий использовать не хотелось бы. Это нам не совсем нужно. Ну, наверное, мы еще не доросли* (общественная организация, Московская область, работает с 1991 г.).

Помимо сайта организации, НКО представлены в Интернете следующим образом:

— материалы и публикации на тематических сайтах / в блогах, электронных изданиях
  - *В блогах, в сообществах, или размещают информацию на тематических сайтах, в электронных изданиях* (общественная организация помощи химически зависимым людям, Москва).
  - *НКО размещает информацию и публикации на тематических сайтах в электронных изданиях* (национально-культурная автономия, Московская область).
  - *Сотрудники участвуют в тематических форумах, на тематических сайтах иногда информацию размещаем и видео-, и аудиоинформацию. Как баннеры, как статьи, как новости* (фонд помощи ветеранам войны в Афганистане, Москва).

— личные блоги сотрудников и членов НКО, участие в интернет-форумах
  - *У нас руководители тоже имеют свои блоги, многие члены организации имеют свои блоги, можно с ними пообщаться. Постоянно члены организации выходят в Интернет, общаются, пользуются его услугами, и между собой могут общаться, и наши, и региональные. Информационная рассылка у нас идет постоянно по регионам, отправляем туда необходимые материалы по Интернету, активнейшим образом, это ежедневная работа наша с регионами. Рекламу? Нет, рекламу не размещаем, информационные сообщения, я бы так назвал, потому что реклама и информация имеют различное правовое значение, поэтому я определю, что мы размещаем информацию о нашей деятельности. Кого-либо мы не рекламируем при этом* (объединение юридических лиц, Москва, работает с 2007 г.).
  - *Только на интернет-форумах и все. А каким еще образом представить? НКО же нельзя вынести на доску объявлений. Это не просто некорректно, а противоречит закону, потому что мы являемся некоммерческой организацией. И нам нельзя публиковать те же объявления, чтобы нам оказывали платные услуги* (общественная организация развития ушу, Москва).
  - *Мы только участвуем в форумах городских* (организация социально-психологической помощи детям и подросткам, Московская область, работает с 2004 г.).

— краткая информация об организации на различных информационных страницах
  - *Наша компания представлена в Интернете как перечень ЖСК, функционирующих в Южном административном округе, в частности, в Орехове-Борисове Южном* (товарищество собственников жилья, Москва).
  - *На тематических сайтах. Размещаем информационную рассылку...* (именной благотворительный фонд, Москва, работает с 1999 г.).

— информационная рассылка
  - *Информационная рассылка у нас идет постоянно по регионам, отправляем туда необходимые материалы активнейшим образом, это ежедневная работа наша с регионами* (объединение юридических лиц, Москва, работает с 2007 г.).
  - *Рассылки мы делаем на сайте* (общественная организация инвалидов, Москва, работает с 1996 г.).

Такой популярный канал, как социальные сети, в опрошенных НКО пока не используют, но планируют это делать в ближайшее время.

- *Мы думаем по этому поводу, какой-нибудь Facebook, Живой Журнал еще что-то там такое... Мы уже купили видеорегистратор — видеокамеру для экстремальных видов спорта, досуга. И предполагаем, что с нее мы будем размещать информацию, но пока таких опытов не было* (спортивная общественная организация, Московская область).
- *Планируем через социальные сети* (именной благотворительный фонд, Москва, работает с 1999 г.).

Недостаток (или отсутствие) интернет-активности руководители НКО объясняют различными причинами: узостью своей специализации (мало кому это интересно), низкой представленностью своей целевой группы в Интернете и т.п.

- *У нас узкая работа, которая не каждому интересна* (общественная организация, Московская область, работает с 1991 г.).
- *Наша аудитория — это женщины среднего возраста. Их в Интернете нет* (женская общественная организация, Москва).

Еще одной формой проявления открытости в деятельности НКО является участие их сотрудников в различных форумах, конференциях, семинарах.

Среди руководителей НКО — участников глубинных интервью, только один признался, что его организации не приходилось участвовать в форумах, конференциях, семинарах. Остальные НКО регулярно практикуют подобное участие, в том числе из 20 опрошенных НКО участвовали в конференциях 14 НКО, в форумах — 12 НКО и семинарах — 12 НКО. В среднем за последние три года НКО участвовали в форумах 7 раз (для НКО, участвовавших в таких мероприятиях), в конференциях — 8 раз, в семинарах — 17 раз.

Приведем несколько примеров, иллюстрирующих участие НКО в форумах, конференциях, семинарах в различных качествах — организатора, участника, слушателя.

- *Постоянно участвуем. За три года — четыре-пять, наверное, форумов в год, конференции — тоже раз пять в год. Участвуем и как организатор, и как участник, и как слушатель* (именной благотворительный фонд, Москва, работает с 1999 г.).
- *В форумах, конференциях, выставках участвуем каждый год. Мероприятия разные бывают. У нас есть выставочный центр в Северо-Западном округе, и там часто бывают выставки всех общественных некоммерческих организаций. Или, допустим, всех организаций, которые занимаются здоровьем в округе. Нас туда всегда зовут в качестве участников* (женская общественная организация, Москва).
- *Постоянно участвуем во всех качествах. Десятки семинаров... Я принимал участие, кто-то из наших ездил* (НКО, объединяющая организации различных форм собственности и предпринимательства, Московская область, работает с 1997 г.).
- *Мы участвуем. В Благотворительном совете в Московском доме общественных организаций... Были на «Гражданском форуме» в этом году, с Любовью Исааковной делали доклад об образовательной программе здравоохранения. Награждены медалями от префекта... Таких мероприятий было, наверное, порядка тридцати. «Здоровье нации», «Гражданский форум», на Юго-Востоке круглый стол, на Северо-Востоке у нас... «Православные выставки». Да. «Православные выставки» — все это каждый год. Участвуем в Коллегии по делам инвалидных организаций и всегда делаем доклад* (общественная организация инвалидов, Москва, работает с 1996 г.).

- *Да, конечно. На семинаре по проблемам безопасности мы выступали, это в рамках Федерации воздухоплавания России. Форумы для школьников мы проводим* (спортивная общественная организация, Московская область).
- *Участвуем в основном в семинарах, чаще всего как участники. Были и конференции, съезды поклонников китайского ушу. Они происходят с определенной периодичностью, стараются не реже чем раз в полгода собираться* (общественная организация развития ушу, Москва).
- *Да, это у нас постоянно. Вот недавно была большая конференция с сотрудниками ГИБДД. Это была всероссийская акция. Они у нас проводятся, в принципе, ежеквартально. Как минимум 4 раза в год* (учебно-спортивная общественная организация, Московская область).

Заключение

Доверие является одной из важнейших установок, определяющих участие населения в деятельности НКО, которые составляют самый многочисленный сегмент организаций гражданского общества. Оно также во многом определяет возможности НКО мобилизовывать труд добровольцев и денежные пожертвования населения.

При опросах населения более трети россиян высказались о своем доверии тем или иным НКО. Респонденты, заявившие о доверии конкретным организациям, чаще упоминали общества защиты прав потребителей, ветеранские объединения, садовые и дачные товарищества, профсоюзы и общества инвалидов. На симметричный вопрос о недоверии общественным объединениям и другим некоммерческим организациям, общественным гражданским инициативам затруднились ответить 37% опрошенных, и еще 5% сказали «всем доверяю». Остальные 34% респондентов составили «рейтинг недоверия», который возглавили политические партии.

Действия на принципах открытости являются одной из основ функционирования НКО и одним из направлений формирования имиджа НКО. Положительный имидж НКО дает возможность опираться на известное и вызывающее положительные

эмоции имя при первом обращении к потенциальному донору. Он позволяет сформировать индивидуальное, личностное отношение к организации, создает основу для эмоционального доверия к организации. Бренд НКО выступает репутационной страховкой для некоммерческой деятельности и может способствовать исправлению ситуации при краткосрочных финансовых или организационных трудностях. Даже при снижении социальной активности бренд некоммерческой организации будет поддерживать ее репутацию.

Однако по результатам наших исследований, такое направление формирования имиджа российских НКО, как действия на принципах открытости, недостаточно развито. В аналитическом докладе Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» «Гражданское общество в модернизирующейся России» отмечено, что большинство организаций гражданского общества не стремится к демонстрации соответствия разработанным для такого типа организаций стандартам и открытости. Многие организации не публикуют финансовые отчеты о своей деятельности, также в большинстве организаций отсутствуют различные документы, регулирующие поведение сотрудников, отношения с окружающей средой и т.п. В этих условиях создание стимулов открытости и прозрачности НКО видится как одна из задач органов власти различных уровней в рамках формирования и реализации государственных / муниципальных политик в области содействия развитию институтов гражданского общества.

© Мерсиянова И.В., 2013

Глава 8. Доверие граждан к деятельности государственных служащих как фактор диалога гражданского общества и государства

Введение

Существование доверия как социокультурного феномена становится необходимым условием жизнеспособности политической системы, важнейшим аспектом гражданского общества, поскольку «связанная сильными узами солидарная община граждан, принимающих участие в политике и лояльных к власти, не могла бы существовать без горизонтального доверия, каким граждане взаимно одаривают друг друга, а также вертикального доверия к публичным институтам» [Штомпка, 2012, с. 60].

На этом фоне проблема доверия граждан к государственным служащим становится одной из наиболее важных в политической и социально-экономической жизни российского общества. В том числе и потому, что государственные служащие в условиях развития демократии становятся объектом особого внимания со стороны всего общества, и уровень доверия населения к ним и их деятельности обусловливает в наибольшей степени социальную стабильность общества и его готовность к серьезным реформам. Высокий уровень доверия населения к государственным служащим способствует также стабилизации социально-политической ситуации, повышает уровень взаимодействия государственных структур и гражданского общества, улучшает качество работы государственного аппарата и в целом является основой для формирования особого климата доверия в обществе.

Однако российская государственная служба как важнейший инструмент преобразований во власти, экономике, социальной сфере, в области национальной безопасности, по мнению большинства экспертов, сегодня не приспособлена для решения многих стратегических задач. Одна из ключевых проблем функционирования современного государственного аппарата состоит

в том, что взаимодействие общества и государства не отвечает социальным потребностям граждан, сегодня практически отсутствуют механизмы социального контроля над деятельностью органов государственной власти со стороны гражданского общества, что приводит к распространению коррупции и злоупотреблений в системе государственной службы.

Как следствие, в последнее десятилетие в нашей стране наблюдается с разной степенью интенсивности значительное снижение уровня доверия населения к представителям власти. Данный факт обусловлен возросшим требованием со стороны общества к эффективности работы государственных служащих, качеству предоставляемых ими услуг, и главное, к их моральному облику, когда речь идет о нетерпимости к аморальным поступкам, бюрократизму, коррупции, оторванности от интересов населения и др.

Теоретико-методологические подходы к исследованию доверия населения к государственным служащим

На сегодняшний день разработаны многообразные подходы к исследованию доверия. В качестве отдельного научного направления можно выделить изучение доверия как компоненты политического и общественного сознания (А.В. Белянин, В.П. Зинченко, В.Е. Бодюль, И.К. Владыкина и С.Н. Плесовских, В.П. Горяинов, Д.М. Данкин, В.Н. Дахин, К.Ф. Завершинский, Г.Л. Кертман, А.В. Комина, Ю.Н. Копылова, Ю.В. Левада, Н.Н. Лобанов, Д.У. Ловелл, В.Н. Лукин, Б.З. Мильнер, В.Н. Минина, В.А. Мирошниченко, Т.М. Мозговая, Д.В. Ольшанский, Т.П. Скрипкина, Г.У. Солдатова, Н.Ю. Тишкова, Н.Н. Ямко и др.). В частности, проблеме политического доверия в международных отношениях посвящены труды Д.М. Данкина. Предметом анализа Ю.Н. Копыловой является доверие населения как фактор повышения социального статуса органов государственной власти. В исследовании А.В. Коминой анализируются авторитет, ответственность, доверие как императивы власти. Факторы недоверия к институтам государственной власти и управления иссле-довала В.Н. Минина. Доверие и недоверие как общественную и социальную проблему рассматривают Т. Говир, Ю.А. Левада,

Т.А. Праворотова, А.Б. Рузанов и др. Проблеме политического и общественного доверия посвящены также и зарубежные исследования (П. Браун, Д. Левис и А. Вейгерт, Дж. Капелла и К. Джемисон, Д. Карневейл, С. Митчелл, К. Паркс и С. Коморита, А. Селигмен, Ф. Фукуяма, М. Хезирингтон, Р. Эбрамсон и др.).

Для оценки уровня доверия сегодня как зарубежными, так и российскими исследователями разработаны и достаточно широко применяются «одномерные» индексы доверия. Так, например, в 2008 г. Левада-Центр создал обновленную методику расчета Индекса социальных настроений, в соответствии с которой стали учитываться оценки уровня доверия населения к базовым властным институтам. Индекс доверия TI рассчитывается как сумма процентной доли «полностью доверяющих» T плюс половина от «не вполне доверяющих» $\tilde{T}$ минус доля «не доверяющих» NT плюс 100:

$$TI = T + \frac{\tilde{T}}{2} - NT + 100.$$

Безусловно, отслеживание настроений граждан в отношении доверия к властным институтам даже при таком простом однопараметрическом замере оказывается интересным и довольно информативным в динамике. Однако в силу своей одномерности данный индекс не обеспечивает получения необходимых сведений для принятия решений по совершенствованию деятельности государственных и властных институтов.

Несмотря на достаточно большое количество существующих подходов и методов оценки уровня доверия, нерешенными и дискуссионными остаются многие теоретические и методические вопросы изучения различных конкретных видов и форм доверия. Одной из таких форм является доверие населения к специфическим социальным группам, в частности, к государственным служащим. Причем, как справедливо отмечает П. Штомпка, определяя феномен доверия в сфере государственной службы, «здесь мы вступаем на территорию особой разновидности общественного доверия, которое определяется как “публичное”» [Штомпка, 2012, с. 119].

Актуальной потребностью сегодня становится, во-первых, изучение феномена доверия в сфере государственной службы,

определение его слагаемых, структуры, форм проявления; во-вторых, разработка комплекса мер, направленных на повышение эффективности процесса формирования доверия населения к государственным служащим. Представляется актуальным создать такой «измерительный инструмент», с помощью которого можно было бы наладить конструктивную систему оценки и мониторинга доверия российских граждан государственным служащим. При этом, первым и необходимым шагом является разработка показателей, характеризующих уровень доверия граждан профессиональной деятельности государственных служащих и последующая разработка системы мониторинга данных показателей.

Авторами предлагается комплексный подход к оценке уровня доверия граждан государственным служащим, основанный на применении системы индексов, отражающих уровень доверия граждан к деятельности государственных служащих, включающий интегральный и многопараметрический индексы. При разработке индексов авторы основывались на необходимости решения двух практических задач:

- задачи методического обеспечения мониторинга доверия граждан к профессиональной деятельности государственных служащих по трем видам государственной службы — гражданской, военной и правоохранительной,
- задачи методического обеспечения выработки рекомендаций относительно развития государственной службы по отдельным ее видам.

При разработке комплексного подхода к оценке доверия граждан к государственным служащим в качестве исходного принято определение доверия граждан к профессиональной деятельности государственных служащих *как совокупности социально обоснованных и социально подтвержденных ожиданий в отношении профессиональной деятельности государственных служащих.*

Создавая многопараметрический индекс доверия, мы методологически исходили из того, что доверие граждан формируется под влиянием их личного опыта взаимодействия с государственными служащими (на микроуровне) и оценки ими адекватности принятых норм и правил деятельности служащих в рамках институциональных структур, обладающих определенными характеристиками (на макроуровне). Основание доверия к государственным

служащим — вера в надлежащее функционирование системы, в ее социальные нормы и законы. Специфическими функциями доверия к государственным служащим являются обеспечение деперсонифицированного взаимодействия в соответствии с социальными ролями, воспроизводство социальной структуры.

Методика построения системы индексов доверия граждан к государственным служащим

Предлагаемый многопараметрический индекс доверия населения к профессиональной деятельности госслужащих нацелен не только на получение данных о текущем состоянии этого параметра, но в конечном счете на то, чтобы выявить отношение граждан к совокупности социально обоснованных норм профессиональной деятельности государственных служащих и оценить оправданность и подтвержденность их ожиданий в процессе личного взаимодействия.

На рис. 1 представлен перечень индексов, отражающих показатели доверия граждан к профессиональной служебной деятельности государственных служащих, исходя из поставленных исследовательских задач.

Рис. 1. Система показателей и индексов доверия граждан к профессиональной деятельности государственных служащих

Для решения задачи по оценке текущего состояния доверия населения государственным служащим предлагается использовать *индекс доверия государственным служащим*, определяемый на основе индексов обобщенного доверия государственным служащим (по указанным трем видам), значения которых рассчитываются на основе значений двух показателей:

1) показателя обобщенного доверия госслужащим конкретного вида;

2) показателя меры личного доверия госслужащим конкретного вида.

Рассмотрим конструкцию данных показателей более подробно.

Показатель обобщенного доверия к государственным служащим. Градациями данной переменной являются ответы на вопрос «*По Вашему мнению, [государственным служащим] доверяют или нет*?», который имеет следующие формулировки по трем видам государственной службы:

1. «*По Вашему мнению, гражданским служащим доверяют или нет*?» Вначале интервьюер давал пояснения респонденту, что к государственным гражданским служащим относятся: служащие федеральных органов исполнительной власти (министерств, федеральных служб и агентств) и их территориальных органов, исполнительных органов власти субъектов Российской Федерации, а также служащие аппаратов судов и органов законодательной власти. Респондентам, скорее всего, приходилось взаимодействовать с ними при получении государственных услуг. Это, например, услуги, связанные с начислением налогов и сборов; с регистрацией имущественных прав; с регистрацией браков, рождений и смертей; с выдачей свидетельств, лицензий и разрешений; с приемом исков и заявлений в суд; с приемом и подготовкой ответов на обращения граждан и т.д.

2. «*По Вашему мнению, военнослужащим доверяют или нет*?» К ним относятся: военнослужащие Минобороны России и других федеральных органов исполнительной власти, в которых предусмотрена военная служба органов государственной безопасности, Федеральной службы охраны, спасательных воинских формирований МЧС России и некоторых других. В то же время сотрудники военных комиссариатов не являются военнослужащими.

3. «*По Вашему мнению, служащим правоохранительных органов доверяют или нет*?» Имеются в виду сотрудники органов внутренних дел, в том числе сотрудники уголовного розыска, участковые и другие милиционеры, а также сотрудники органов наркоконтроля, миграционной службы (оформление паспортов, регистрации по месту жительства и месту пребывания, выдача виз), государственной противопожарной службы (противопожарный надзор, тушение пожаров, проведение дознания по делам о пожарах).

Переменная принимает четыре значения, но в расчет берутся обобщенные парные величины: «доверяют» (объединение ответов «безусловно доверяют» и «скорее доверяют») и «не доверяют» (объединение ответов «безусловно не доверяют» и «скорее не доверяют»). Доля затруднившихся ответить не учитывается.

Для расчета значений показателя обобщенного доверия большинству госслужащих данного вида используется следующая формула:

$$I_i^G = \frac{trust_i - nontrust_i}{N_{answer}} + 1 \ ,$$

где *i* — номер вида госслужбы, сотрудники которого подверглись оценке, I = 1, 2, 3;

$trust_i$ — число граждан, полагающих, что можно доверять госслужащим *i* -го вида госслужбы;

$nontrust_i$ — число граждан, полагающих, что нельзя доверять госслужащим *i*-го вида госслужбы;

I_i^g — компонент обобщенного доверия;

N_{answer} — объем выборки (учитываются только респонденты, ответившие на вопрос анкеты).

Значения данного показателя изменяются в интервале от 0 до 2.

Для построения индекса обобщенного доверия значение показателя обобщенного доверия унифицируется в процентном формате. Таким образом, шкала значений данного показателя изменяется от 0 до 100%, где значение в интервале от 0 до 20% интерпретируется как низкое значение показателя; значение показателя от 21 до 40% оценивается как ниже среднего; от 41 до 60% как среднее; от 61 до 80% как выше среднего; выше 81% как высокое. То есть при определении границ используется равно-

мерное распределение шкалы от 0 до 100% по пяти интервалам, с приростанием на 19 п.п.

Показатель меры личного доверия госслужащим конкретного вида определяется на основе ответов на вопрос «*Пожалуйста, оцените, насколько Вы доверяете [государственным служащим]. Для этого используйте шкалу от 1 до 10, где "1" означает, что Вы совершенно им не доверяете, а "10", что Вы полностью им доверяете*» (аналогично по всем оцениваемым видам государственной службы). В итоге происходит суммирование оценок респондентов, полученных по 10-балльной шкале.

Для расчета значений второй составляющей индекса личного доверия используется следующая формула:

$$I_i^{pt} = \frac{\sum_{j=1}^{N} q_{ij}}{10 \cdot N_{answer}},$$

где i — номер вида госслужбы, сотрудники которого подверглись оценке, $I = 1, 2, 3$;

q_{ij}— оценка доверия сотрудникам i-го вида госслужбы, данная j-м респондентом, $q_{ij} \in \{1,2,3,...10\}$;

I_i^{pt}— показатель меры личного доверия;

N_{answer} — объем выборки (без учета затруднившихся ответить).

Значения данного показателя изменяются в интервале от 0 до 1.

Для построения индекса обобщенного доверия значение показателя меры личного доверия унифицируется в процентном формате. Шкала значений данного показателя изменяется от 0 до 100% и при определении границ используется равномерное распределение шкалы от 0 до 100% по пяти интервалам.

На основании представленных двух показателей (по видам государственной службы) рассчитывается *индекс обобщенного доверия* (по видам государственной службы) как среднее арифметическое из двух показателей (обобщенного доверия и меры личного доверия), выраженные в процентах.

$$I_{trust}^{i} = mean(I_i^G, I_i^{pt}),$$

где I_i^G — показатель обобщенного доверия большинству госслужащих данного вида, измеренный в процентах;

I_i^{pt} — показатель меры личного доверия госслужащим данного вида, измеренный в процентах.

Значение данного индекса изменяется по шкале значений от 0 до 100%, при определении границ используется равномерное распределение шкалы от 0 до 100% по пяти интервалам.

На основании полученных индексов обобщенного доверия (по трем видам государственной службы) представляется возможным определить значение *индекса доверия государственным служащим*, которое рассчитывается как их среднее арифметическое:

$$I_{trust} = mean(I_{trust}^i),$$

где I_{trust}^i — индекс обобщенного доверия, рассчитанный для каждого вида госслужбы.

Значение данного индекса изменяется по шкале значений от 0 до 100%, при определении границ используется равномерное распределение шкалы от 0 до 100% по пяти интервалам.

В табл. 1 представлен перечень используемых показателей и индексов с указанием формулы для расчета, шкалы и интервала значений.

Для принятия решений по совершенствованию деятельности госслужащих предлагается применение многопараметрического индекса доверия. Многопараметрический индекс доверия состоит из двух субиндексов:

- *субиндекс структурных условий* (являющихся детерминантами уровня доверия / недоверия к деятельности госслужащих со стороны граждан на институциональном уровне);
- *субиндекс оправданных ожиданий* (на основании оценок гражданами своего опыта взаимодействия с госслужащими).

Субиндекс структурных условий разработан с учетом идей, высказанных в работах П. Штомпки [Sztompka, 1996; 1997] и развивающей его идеи В. Мининой [Минина, 2002]. В работах П. Штомпки предложено семь структурных (контекстуальных в его терминологии) условий, степень проявления которых в деятельности органа государственного управления обусловливает уровень доверия / недоверия граждан. В перечень названных семи структурных (контекстуальных) условий Штомпки [Sztompka, 1997] входят.

Нормативная определенность — четкость, ясность, недвусмысленность, внутренняя согласованность (непротиворечивость) и приемлемость для общества в целом системы правил, норм и процедур, очерчивающих деятельность властного института как *позитивный полюс*, в отличие от *негативного полюса*, где доминирует двусмысленность в толковании норм, их противоречивость, возможность применения двойных стандартов и проч.

Таблица 1

Индекс доверия государственным служащим: составные индексы и показатели

Наименование показателя/индекса	Формула для расчета	Шкала значений	Интервалы значений
Показатель обобщенного доверия госслужащим (по каждому виду)	$I_i^G = \frac{trust_i - nontrust_i}{N_{answer}} + 1$	От 0 до 2 в абсолютных значениях и от 0 до 100% в относительных значениях	0–20% — низкое 21–40% — ниже среднего 41–60% — среднее 61–80% — выше среднего 81–100% — высокое
Показатель меры личного доверия госслужащим	$I_i^{pt} = \frac{\sum_{j=1}^{N} q_{ij}}{10 \cdot N_{answer}}$	От 0 до 1 в абсолютных значениях и от 0 до 100% в относительных значениях	
Индекс обобщенного доверия (по каждому виду госслужбы)	$I_{trust}^i = mean(I_i^G, I_i^{pt})$	От 0 до 100%	
Индекс доверия государственным служащим (по трем видам госслужбы)	$I_{trust} = mean(I_{trust}^i)$	От 0 до 100%	

Прозрачность и открытость деятельности властного института, включая доступность информации о структуре органа власти, процедурах его деятельности, принципах и правилах принятия решений *на позитивном полюсе,* в отличие от преднамеренной атмосферы секретности и закрытости от общества в целом и от других органов власти и негосударственных структур, непонятности (и отсутствия усилий по просвещению граждан в этом смысле) и проч. — *на негативном полюсе.*

Стабильность и эволюционный характер совершенствования в функционировании органа власти (в смысле устойчивости

структуры, процедур и правил его деятельности, а также предсказуемости и постепенности вносимых перемен) *на позитивном полюсе,* в отличие от радикальных, быстрых и часто логически неоправданных перемен, способствующих росту недоверия *на негативном полюсе.*

Подотчетность, открытость для проверки и контроля со стороны граждан и негосударственных организаций, гарантирующих понятность, предсказуемость и публичность деятельности органа власти *на позитивном полюсе*, свидетельствующие о его высоком уровне ответственности и компетентности, что способствует развитию доверия к нему, в отличие *от негативного полюса*, когда преобладают неконтролируемые и нередко спорные (вспомним хотя бы печально известную монетизацию льгот) со стороны общественности решения, возрастает соблазн коррупционных действий или использования инсайдерской информации в корыстных целях руководства органа власти.

Права потребителей госуслуг и обязанности госслужащих. На позитивном полюсе здесь соблюдение прав граждан и «внешних» организаций и выполнение обязанностей госслужащими данного органа власти в процессе деятельности института. В отличие от этого, *на негативном полюсе* — справедливое обеспечение прав граждан и выполнение обязанностей госслужащими являются или недостижимыми, или требуют от потребителя госуслуг приложения неимоверных усилий и временны́х затрат, что ведет к высокому уровню недоверия к данному институту в целом.

Соблюдение обязательств и исполнение полномочий. Здесь на *позитивном полюсе* — осознание гражданами того, что министерства и ведомства могут и готовы наложить санкции против тех, кто нарушает общепринятые нормы и правила. Угроза применения таких санкций по защите прав каждого гражданина сдерживает даже тех, кто готов поступиться нормой, и делает жизнь для всех лучше. *На негативном же полюсе* царит вседозволенность, что порождает недоверие к органам власти.

Стиль политики властного института в отношении признания и защиты достоинства, неприкосновенности и автономности каждого члена общества. Суть этой характеристики применительно к оценке органов власти довольно точно отражает идею Штомпки следующим образом: «Стиль государственного управления,

основанный на уважении личности каждого человека, на признании достоинства и права людей принимать решения сообразно их воле, но не вопреки закону, является важным фактором укрепления доверия населения к институтам государственной власти. Формирование такого стиля управления, отказ чиновников от стремления решать все за всех, от желания быть барином, господином являются теми звеньями общей цепи мер, без осуществления которых решение проблемы недоверия к государственным институтам власти вряд ли возможно» [Минина, 2002, с. 89].

В нашем случае указанная совокупность детерминант была подвержена корректировке с целью в максимально возможной форме отразить стратегические цели, задачи и направления программы «Реформирование и развитие системы государственной службы Российской Федерации (2009–2013 гг.)», утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 10 марта 2009 г. № 261.

Субиндекс оправданных ожиданий строится на основании оценок гражданами различных особенностей опыта личного взаимодействия с государственными служащими. Очевидно, что удовлетворенность / неудовлетворенность граждан тем, как реагировали на их обращения, какого качества, полноты, достоверности и своевременности госуслуги, которые они получили, а также тем насколько оправдались их ожидания, определяет уровень доверия / недоверия населения к государственным служащим.

Субиндексы рассчитываются также по трем видам государственной службы — гражданской, военной и правоохранительной. В табл. 2 отражены перечни показателей, которые использовались для расчетов субиндексов.

Для расчета значений *каждого показателя* используется следующая формула:

$$T^i = \frac{\sum_{j=1}^{m} x_{ij}}{m_{answer}},$$

где x_{ij} — булева переменная, принимающая значение 1 при выполнении условия (респондент согласен с предложенным высказыванием) или 0 — в противном случае, *j=1,2 ..., m* — номер респондента;

m_{answer} — количество респондентов, ответивших на суждение i (без учета затруднившихся ответить).

Значения данных показателей изменяются в интервале от 0 до 1. Для построения субиндексов значения показателей унифицируются в процентном формате, изменяются по шкале от 0 до 100%, при определении границ используется равномерное распределение шкалы от 0 до 100% по пяти интервалам.

На основе значений, перечисленных в табл. 2 показателей, рассчитываются значения двух субиндексов.

Таблица 2

Многопараметрический индекс: субиндексы и показатели

№ п/п	Наименование субиндекса	Перечень показателей
1	Субиндекс структурных условий	Доступность большинству граждан информации о порядке работы госслужащих
		Обеспечение нормального взаимодействия госслужащих с гражданами посредством правил их работы
		Открытость деятельности госслужащих для контроля со стороны граждан
		Обеспечение соблюдения прав граждан госслужащими при выполнении своих обязанностей
		Добросовестное исполнение госслужащими своих обязанностей по отношению ко всем гражданам
		Осуществление деятельности госслужащими в интересах страны и общества в целом, а не в личных интересах
2	Субиндекс оправданных ожиданий	Доступность информации о порядке работы госслужащих
		Понятность порядка взаимодействия с госслужащими
		Правильность оформления запросов и иных документов, предоставляемых госслужащими
		Приемлемость сроков реагирования со стороны госслужащих
		Обладание госслужащими хорошим опытом работы и уровнем знаний
		Персональная ответственность госслужащих при работе с гражданами

Субиндекс структурных условий, входящие в состав которого показатели являются детерминантами уровня доверия / недоверия к деятельности госслужащих со стороны граждан на институциональном уровне.

Субиндекс структурных условий — T^s рассчитывается следующим образом:

$$T^S = \frac{\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{m} x_{ij}}{m \cdot n},$$

где x_{ij} — булева переменная, принимающая значение 1 при выполнении условия (согласие с предложенным утверждением), или 0 — в противном случае, $j=1,2 \ldots, m$ — номер респондента, $j=1,2 \ldots, n$ — номер параметра.

Для унификации значение данного субиндекса преобразуется в процентный формат. Шкала значений данного показателя изменяется от 0 до 100%, при определении границ используется равномерное распределение шкалы по пяти интервалам.

Субиндекс оправданных ожиданий строится на основании оценок гражданами своего опыта взаимодействия с госслужащими.

На основании данных опроса расчет субиндекса оправданных ожиданий — T^E проводится следующим образом:

$$T^E = \frac{\sum_{i=1}^{k}\sum_{j=1}^{m} y_{ij}}{m \cdot k},$$

где y_{ij} — булева переменная, принимающая значение 1 при выполнении условия (согласие с предложенным утверждением), или 0 — в противном случае, $j=1,2 \ldots, m$ — номер респондента, $j=1,2 \ldots, k$ — номер показателя.

Для унификации значение данного субиндекса преобразуется в процентный формат. Шкала значений данного показателя изменяется от 0 до 100%, при определении границ используется равномерное распределение шкалы по пяти интервалам.

В табл. 3 представлен перечень используемых показателей и субиндексов с указанием формулы для расчета, шкалы и интервала значений.

Таблица 3

Субиндексы структурных условий и оправданных ожиданий

Наименование показателя/субиндекса	Формула для расчета	Шкала значений	Интервалы значений
Значение показателей многопараметрического индекса	$T^i = \frac{\sum_{j=1}^{m} x_{ij}}{m_{answer}}$	От 0 до 1 в абсолютных значениях и от 0 до 100% в относительных значениях	0–20% — низкое 21–40% — ниже среднего 41–60% — среднее 61–80% — выше среднего 81–100% — высокое
Субиндекс структурных условий	$T^S = \frac{\sum_{i=1}^{n}\sum_{j\cdot 1}^{m} x_{ij}}{m \cdot n}$	От 0 до 1 в абсолютных значениях и от 0 до 100% в относительных значениях	
Субиндекс оправданных ожиданий	$T^E = \frac{\sum_{i=1}^{k}\sum_{j=1}^{m} y_{ij}}{m \cdot k}$	От 0 до 1 в абсолютных значениях и от 0 до 100% в относительных значениях	

Анализ показателей индекса доверия граждан государственным служащим

Источником эмпирических данных для расчетов значений индекса доверия граждан деятельности государственных служащих и многопараметрического индекса доверия являются результаты социологического опроса населения, проведенного в 2011 г.[1] Методика опроса, в том числе опросный инструментарий, была апро-

[1] Далее представлены результаты социологического опроса населения, проведенного в октябре 2011 г. методом формализованного интервью по специально разработанному инструментарию. Выборочная совокупность опроса составила 1600 респондентов, отобранных с учетом социально-демографических характеристик, репрезентирующих взрослое население России по полу, возрасту, типу населенного пункта и пропорциональной представленности по образованию и социально-профессиональной принадлежности в соответствии с принципами и критериями, разработанными в рамках Программы исследования. Статистическая погрешность данных не превышает 3,4%. Организация и проведение опроса осуществлялись Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) на основе опросного инструментария, разработанного И.В. Мерсияновой, В.Н. Якимцом и Е.И. Пахомовой. Авторы выражают глубокую признательность А.В. Клименко, Н.Н. Клищу, а также всем сотрудникам Минэкономразвития и Администрации Президента РФ, принимавшим активное участие в обсуждении методики и инструментария исследования, И.Е. Корнеевой за математическую и статистическую обработку данных опроса и формирование массивов выходной информации.

бирована в 2010 г. в ходе всероссийского опроса населения в рамках выполнения НИР «Разработка методики расчета и проведение мониторинга показателей и индикаторов, отражающих уровень реформирования и развития государственной службы», выполненной НИУ ВШЭ при непосредственном участии авторов по заказу Министерства экономического развития Российской Федерации[1].

По результатам всероссийского опроса населения были получены линейные распределения ответов респондентов, а также рассчитаны значения показателей доверия граждан государственным служащим, на основе которых были рассчитаны значения интегральных индексов доверия граждан государственным служащим по трем видам государственной службы. Рассмотрим более подробно результаты опроса, характеризующие уровень доверия населения профессиональной деятельности государственных служащих по отдельным видам государственной службы, а также факторов, обусловливающих тот или иной уровень доверия.

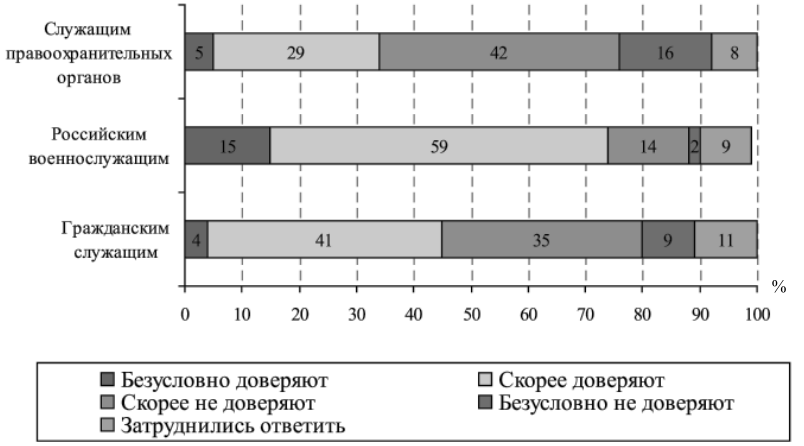


Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «*По Вашему мнению, государственным служащим (гражданским, военнослужащим, служащим правоохранительных органов) доверяют или нет?*» (% опрошенных)

Оценка текущего состояния доверия населения государственным служащим свидетельствует о достаточно сильной диф-

[1] Результаты апробации см.: [Мерсиянова, Пахомова, Якимец, 2012].

ференциации в оценках уровня доверия в отношении отдельных видов государственной службы (см. рис. 2). Так, *российские военнослужащие* пользуются доверием большинства своих соотечественников: полагают, что военнослужащим доверяют, 74% опрошенных, что не доверяют — 16%. Среди респондентов также преобладает мнение, что *гражданским служащим* скорее доверяют, его придерживаются около половины опрошенных — 48%, тогда как о недоверии говорят несколько реже — 44%. Показатели доверия граждан деятельности *служащих правоохранительных органов*, как свидетельствуют результаты проведенного опроса, находятся в диапазоне отрицательных оценок. Более половины опрошенных (58%) считают, что служащим правоохранительных органов в той или иной степени сегодня не доверяют. Напротив, полагают, что доверяют, около трети респондентов — 34%.

Корреляционный и факторный анализ оценок уровня обобщенного доверия и социально-демографических характеристик респондентов позволил выявить достаточно сильное влияние на оценки уровня доверия государственным служащим социально-имущественного положения респондентов. В социальных группах, в целом низко оценивающих уровень своего материального положения (выбравшие позиции «денег не хватает даже на питание», или «денег на питание хватает, но не хватает на покупку одежды и обуви»), существенно чаще встречается позиция недоверия государственным служащим. Максимально высокий уровень недоверия наблюдается в отношении гражданских служащих: лишь 23% тех, кто оценивает свое материальное положение как «денег не хватает даже на продукты», отмечают, что гражданским служащим в той или иной степени доверяют, тогда как о недоверии говорит большинство представителей этой группы — 67%. Также достаточно высокий уровень недоверия среди представителей этой социальной группы и в отношении служащих правоохранительных органов: четверть опрошенных (26%) придерживается позиции «безусловно не доверяют», еще более трети (39%) — «скорее не доверяют» (см. табл. 4).

И это вполне объяснимая закономерность, которую достаточно подробно исследовали и описали ряд исследователей [Luhmann, 1979, с. 78; Giddens, 1990; Штомпка, 2012, с. 308]. Обладание определенными социальными и материальными ресурсами

является некоторой гарантией безопасности доверия, поскольку субъективно снижает риск потерь в том случае, если «произойдет злоупотребление доверием... Люди, не имеющие резервов, будут скорее недоверчивы, поскольку злоупотребление доверием могло бы стать для них настоящим несчастьем». Соответственно, чем меньшими ресурсами располагает человек, тем он больше склонен к отказу в доверии [Штомпка, 2012, с. 309].

Таблица 4

Оценка уровня доверия к государственным служащим (по трем видам государственной службы) в зависимости от уровня материального положения *(% опрошенных)*

Варианты ответа	Среди всех опрошенных	Оценка уровня материального положения				
		денег не хватает даже на питание	на питание денег хватает, но не хватает на покупку одежды и обуви	на покупку одежды и обуви денег хватает, но не хватает на покупку бытовой техники	денег вполне хватает на покупку крупной бытовой техники, но мы не можем купить новую машину	денег хватает на все, кроме таких дорогих приобретений, как квартира, дом
По Вашему мнению, гражданским служащим доверяют или нет?						
Безусловно доверяют	**4**	4	3	5	4	10
Скорее доверяют	**41**	19	35	44	42	52
Скорее не доверяют	**35**	49	40	32	35	27
Безусловно не доверяют	**9**	18	12	8	7	7
Затрудняюсь ответить	**11**	11	10	11	11	4
По Вашему мнению, военнослужащим доверяют или нет?						
Безусловно доверяют	**15**	14	16	14	15	23
Скорее доверяют	**59**	40	58	61	61	60
Скорее не доверяют	**14**	23	15	13	14	11
Безусловно не доверяют	**2**	5	2	2	3	
Затрудняюсь ответить	**9**	18	9	9	7	5
По Вашему мнению, служащим правоохранительных органов доверяют или нет?						
Безусловно доверяют	**5**	5	5	5	5	10
Скорее доверяют	**29**	21	32	30	27	27

Скорее не доверяют	**42**	39	42	43	43	37
Безусловно не доверяют	**16**	26	13	14	19	21
Затрудняюсь ответить	**8**	9	8	8	7	5

Следующим показателем уровня доверия является оценка *меры личного доверия* граждан государственным служащим. Полученные в ходе опроса данные свидетельствуют, что самое распространенное отношение к гражданским служащим и служащим правоохранительных органов — нейтральное с небольшим «минусом» (позиция «5» на рис. 3). Отношение к российским военнослужащим более позитивно: лично склонны доверять военнослужащим более половины опрошенных — 69%, не склонны доверять — 31%. Показательно, что доля тех, кто полностью доверяет военнослужащим, выше доли тех, кто совершенно им не доверяет (соответственно 18 и 4%), тогда как в отношении гражданских служащих и служащих правоохранительных органов фиксируется прямо противоположная тенденция (см. рис. 3).

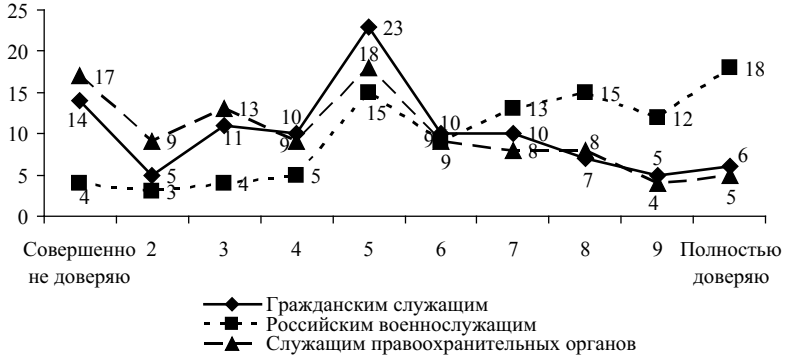


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «*Пожалуйста, оцените, насколько Вы доверяете государственным служащим. Для этого используйте шкалу от 1 до 10, где «1» означает, что Вы совершенно им не доверяете, а «10», что Вы полностью им доверяете*» (по трем видам госслужбы, % опрошенных)

На основе первичных данных опроса были рассчитаны значения индекса доверия граждан к государственным служащим. Максимальное значение *индекса обобщенного доверия* результаты проведенного исследования фиксируют в отношении российских военнослужащих (составляет 81,9%). Значение индекса обоб-

щенного доверия к гражданским служащим составляет 50,6%, к служащим правоохранительных органов составляет 37,4% и является минимальным значением (см. рис. 4).

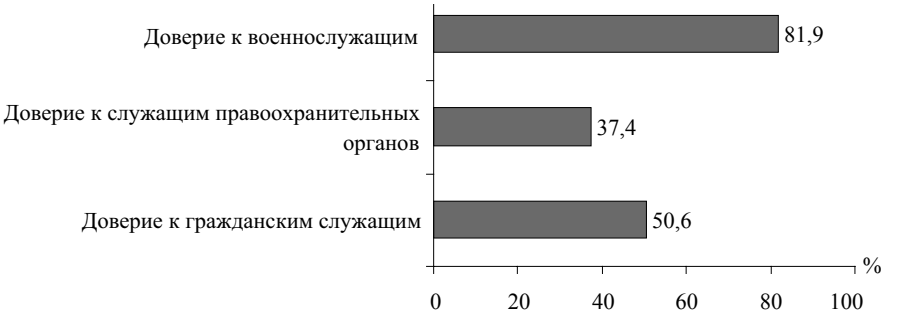


Рис. 4. Значение показателя обобщенного доверия к государственным служащим (по трем видам государственной службы)

Максимальное значение *индекса меры личного доверия* фиксируется также в оценках населением меры личного доверия военнослужащим — 68,5%. Значение индекса меры личного доверия к гражданским служащим — ниже и составляет 50,0%. Значение индекса меры личного доверия к служащим правоохранительных органов составляет 46,6% (см. рис. 5).

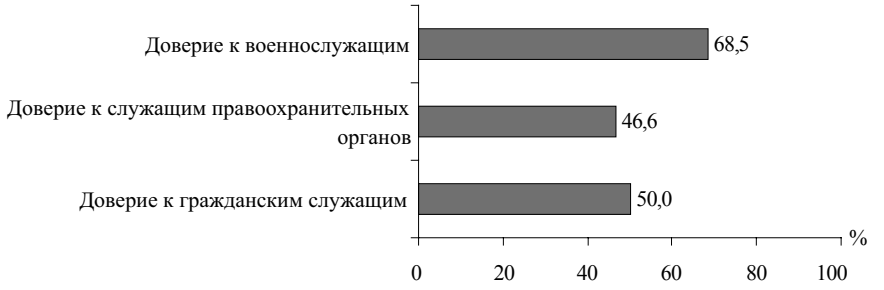


Рис. 5. Значение показателя меры личного доверия к государственным служащим (по трем видам государственной службы)

Таким образом, максимальное *значение интегрального индекса доверия* граждан наблюдается в оценках граждан деятельности военнослужащих — 75,2%. Заметно ниже значение интегрального показателя индекса доверия граждан относительно деятель-

ности гражданских служащих — 50,3%. Значение интегрального индекса доверия к служащим правоохранительных органов составляет 42,0% (см. рис. 6).

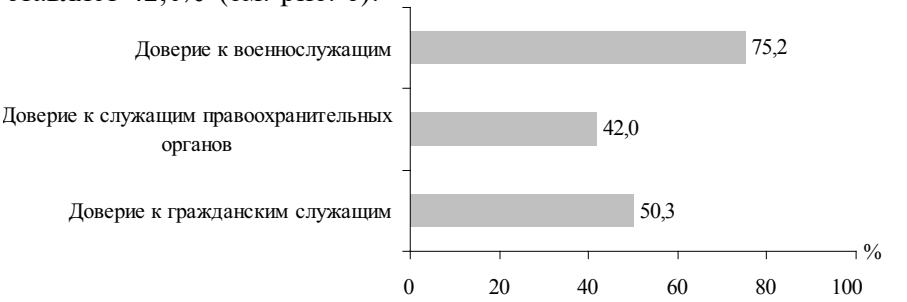


Рис. 6. Значение интегрального индекса доверия к государственным служащим (по трем видам государственной службы)

Итак, предлагаемый комплексный подход к оценке уровня доверия граждан государственным служащим позволяет зафиксировать текущий уровень доверия граждан к деятельности государственных служащих, рассчитываемый как среднее арифметическое из двух показателей — *обобщенного доверия* и *меры личного доверия*, выраженные в процентах по видам государственной службы. Согласно полученным результатам всероссийского опроса населения, *индекс доверия к государственным служащим* составляет 55,8%, что соответствует зоне средних значений.

Однако, как было сказано выше, сегодня важно иметь не только представление о текущем состоянии уровня доверия и динамике индекса доверия населения государственным служащим, но и возможность определения и выработки мер по реформированию государственной службы с учетом мнения населения, учитывая при этом, что применение результатов опросов общественного мнения возможно в сугубо экспертном вопросе. С этой целью предлагается использование *многопараметрического индекса доверия* граждан к деятельности государственных служащих, направленного на выявление отношения граждан к совокупности социально обоснованных норм профессиональной деятельности государственных служащих и оценку оправданности и подтвержденность их ожиданий в процессе личного общения со служащими. Напомним, что предложенный многопараметрический индекс состоит из двух субиндексов:

- субиндекса структурных условий, являющихся детерминантами уровня доверия / недоверия к деятельности госслужащих со стороны граждан на институциональном уровне;
- субиндекса оправданных ожиданий, определяемого на основании оценок гражданами своего опыта взаимодействия с госслужащими.

Исходными данными для построения субиндексов также являются оценки населением структурных условий деятельности государственных служащих и оценки опыта взаимодействия с госслужащими, полученные на основе социологического опроса населения (см. рис. 7).

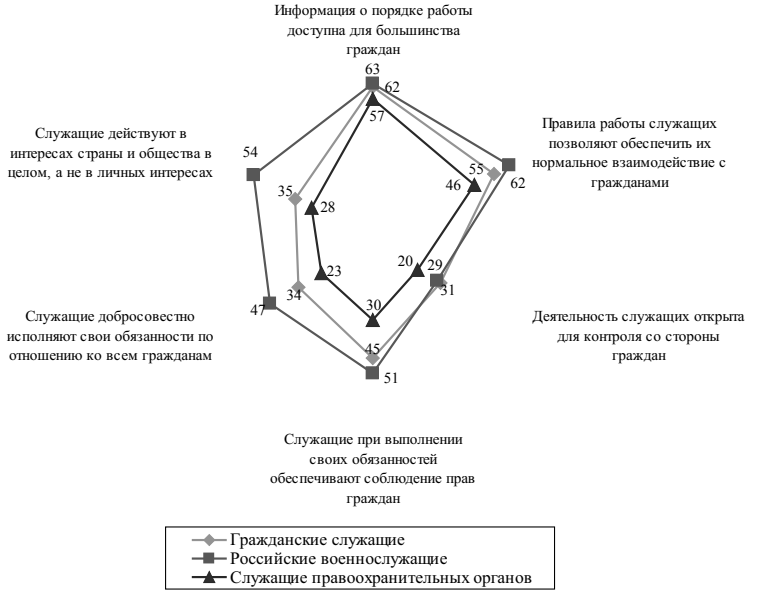


Рис. 7. Позитивные оценки структурных условий деятельности государственных служащих (по трем видам государственной службы, % опрошенных)

Примечание: На рис. представлены доли респондентов, выбравших вариант ответа «согласен» на вопрос «*Вы согласны или не согласны со следующими суждениями о деятельности служащих..*?»

Итак, анализ оценок *структурных условий* деятельности гражданских служащих выявил, что в целом положительно оцениваются лишь два параметра деятельности — доступность инфор-

мации о порядке работы гражданских служащих для большинства граждан (62% респондентов согласны с этим утверждением, 33% — не согласны) и обеспечение нормального взаимодействия служащих с гражданами на основе правил работы (55% респондентов согласны с данным утверждением, 38% — не согласны). В отношении такого параметра деятельности гражданских служащих, как соблюдение прав граждан при выполнении обязанностей, результаты опроса выявили неоднозначные оценки — число тех, кто придерживается позитивных оценок, практически не превышает число тех, кто склонен негативно оценивать данные параметры деятельности.

Скорее со знаком минус оцениваются такие структурные условия деятельности гражданских служащих, как уровень открытости для контроля со стороны граждан (31% — согласны, тогда как 60% не согласны с этим утверждением); добросовестность выполнения гражданскими служащими своих обязанностей по отношению ко всем гражданам (согласны — 34%, не согласны — 54%); а также при ответах на вопрос о том, в чьих интересах действуют гражданские служащие — в интересах страны и общества или в личных (35% опрошенных согласны, что гражданские служащие скорее действуют в интересах страны и общества, а 46% — в личных интересах).

Оценивая основные параметры *структурных условий* деятельности *военнослужащих*, свыше половины опрошенных (63%) согласны с тем, что информация о порядке работы гражданских служащих доступна для большинства граждан. Столько же (62%) уверены в том, что правила работы военнослужащих позволяют обеспечивать их нормальное взаимодействие с гражданами. Чуть более половины опрошенных согласны с тем, что военнослужащие при выполнении своих обязанностей обеспечивают соблюдение прав граждан (51%). Относительное большинство россиян согласны с тем, что военнослужащие добросовестно исполняют свои обязанности по отношению ко всем гражданам (47%). Большинство россиян уверены и в том, что российские военнослужащие действуют в интересах страны и общества (54%).

В то же время лишь 29% согласны с тем, что деятельность военнослужащих открыта для контроля со стороны граждан, тогда как большинство россиян (61%) с этим утверждением не согласны.

В зоне отрицательных оценок находится большинство параметров *структурных условий* деятельности *служащих правоохранительных органов*. Большинство респондентов (70%) не считают деятельность служащих правоохранительных органов открытой для контроля со стороны граждан. Более половины опрошенных (58%) не согласны, что служащие правоохранительных органов при выполнении своих обязанностей обеспечивают соблюдение прав граждан. Две трети россиян (62%) не согласны и с тем, что служащие правоохранительных органов добросовестно исполняют свои обязанности по отношению ко всем гражданам. Свыше половины респондентов (54%) считают, что служащие правоохранительных органов действуют в личных интересах.

В зоне положительных оценок находится лишь один параметр деятельности служащих правоохранительных органов — доступность для большинства граждан информации о порядке работы служащих правоохранительных органов. Более половины опрошенных (57%) согласны с этим утверждением.

Для построения многопараметрического индекса доверия рассчитываются показатели субиндекса структурных условий, позволяющие зафиксировать текущее состояние уровня доверия / недоверия граждан на институциональном уровнем и сравнить отдельные параметры структурных условий различных видов государственной службы.

Анализ значений показателей параметра многопараметрического индекса доверия — *субиндекса структурных условий деятельности государственных служащих* свидетельствует, что практически для всех видов государственной службы наиболее низко респондентами оценивается такой параметр деятельности, как *открытость для контроля со стороны граждан*. Значение данного показателя составляет от 22,3% в отношении деятельности служащих правоохранительных органов, до 32,7% — в отношении гражданских служащих, и 33,8% — военнослужащих. И это является одним из важнейших условий, формирующих сегодня определенный климат недоверия в отношении государственных служащих. И здесь нельзя не согласится с позицией П. Штомпки, что прозрачность, открытость деятельности общественных институтов составляет одно из главных «контекстных макрообщественных условий», имеющих значение для склонности к

доверию: если «основа существования институтов, принципы действия, компетенция и достижения хорошо видны, о них говорят, к ним имеют доступ контрольные службы, они хорошо понятны, люди к таким институциям относятся с доверием... В то же время, когда принципы функционирования неясны, трудны для понимания, скрыты от общественности, рождается подозрение... люди с неохотой оказывают им доверие» [Штомпка, 2012, с. 303].

Оценки респондентами *опыта личного взаимодействия* с государственными служащими более позитивны практически по всем предложенным аспектам такого взаимодействия, по сравнению с оценками структурных условий. Причем данная тенденция характерна для каждого вида государственной службы (см. рис. 8).

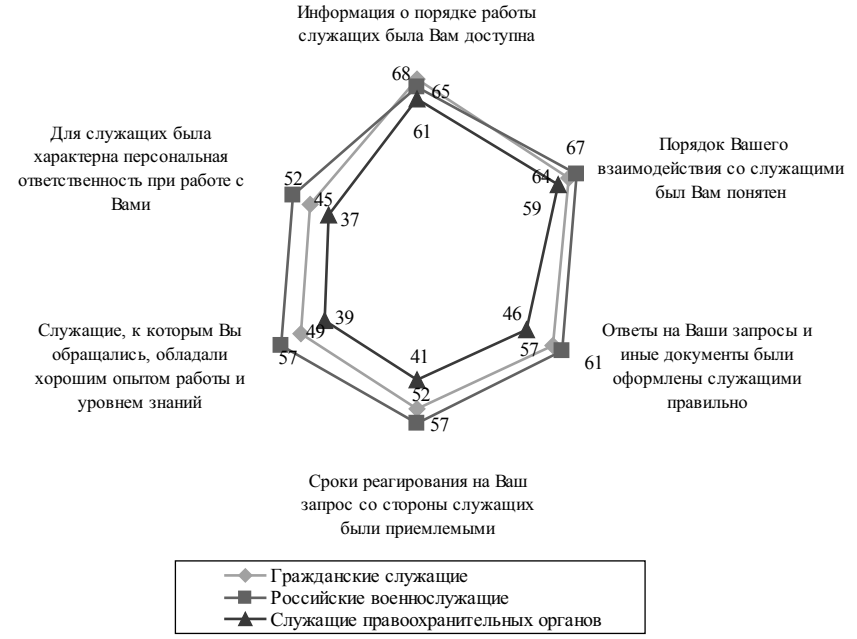


Рис. 8. Позитивные оценки опыта личного взаимодействия с государственными служащими (по трем видам государственной службы, % опрошенных)

Примечание: На рис. представлены доли респондентов, выбравших вариант ответа «согласен» на вопрос «*Исходя из опыта Вашего взаимодействия со служащими, Вы согласны или не согласны с тем, что..*?»

Как видно из данных, представленных на рис. 8, в целом и в оценках опыта личного взаимодействия сохраняются общие тенденции более высоких оценок в отношении деятельности российских военнослужащих, заметно ниже оценки в отношении гражданских служащих и максимально низкие оценки, характеризующие деятельность правоохранительных органов.

Так, большинство респондентов (65%) указывают, что информация о порядке работы военнослужащих была для них доступна, 67% — считают, что для них понятен порядок взаимодействия с военнослужащими. Свыше половины респондентов (61%) указывают, что ответы на их запросы и иные документы, предоставляемые им военнослужащими, чаще всего были оформлены правильно. Более половины опрошенных утверждают, что сроки реагирования на их запрос со стороны военнослужащих чаще всего были приемлемыми — 57%. Столько же (57%) полагают, что военнослужащие, к которым они обращались, чаще всего обладали хорошим опытом работы и уровнем знаний. 52% респондентов считают, что для военнослужащих чаще всего была характерна персональная ответственность при работе с гражданами.

Достаточно высоко респондентами оцениваются такие параметры деятельности гражданских служащих, как доступность для большинства граждан информации о порядке работы гражданских служащих и порядка взаимодействия: 68 и 64% опрошенных соответственно, основываясь на своем опыте взаимодействия, согласились с этим утверждением. По остальным предложенным параметрам доля тех, кто с ними согласен, несколько ниже, чем в оценках деятельности военнослужащих, хотя в целом и составляет большинство опрошенных. Так, свыше половины респондентов (57%) указывают, что ответы на их запросы и иные документы, предоставляемые им гражданскими служащими, чаще всего были оформлены правильно. Почти столько же опрошенных считают, что сроки реагирования на их запросы со стороны гражданских служащих чаще всего были приемлемыми — 52%. Около половины всех опрошенных (49%) согласны с тезисом «гражданские служащие, к которым они обращались, чаще всего обладали хорошим опытом работы и уровнем знаний». Для гражданских служащих чаще всего была характерна персональная

ответственность при работе с ними, такое мнение высказали 45% респондентов.

Оценки различных аспектов взаимодействия со служащими правоохранительных органов более критичны. Прежде всего это касается таких аспектов, как сроки реагирования на запрос граждан со стороны служащих правоохранительных органов (41% опрошенных считают их приемлемыми, тогда как 49% — неприемлемыми); опыт работы и уровень знаний (47% опрошенных оценивают как недостаточный); для служащих правоохранительных органов чаще всего была нехарактерна персональная ответственность при работе с гражданами (49% участников опроса придерживаются такой оценки).

В отношении таких аспектов взаимодействия, как доступность информации о порядке работы служащих правоохранительных органов, порядке взаимодействия со служащими правоохранительных органов, оценки менее критичны: более половины опрошенных — 61 и 59% соответственно — считают их вполне доступными и понятными. Однако мнения респондентов по вопросу о том, были ли ответы на их запросы и иные документы, предоставляемые им служащими правоохранительных органов, чаще всего оформлены правильно, разделились: 46% полагают, что так и было, тогда как столько же 46% с ними не согласны.

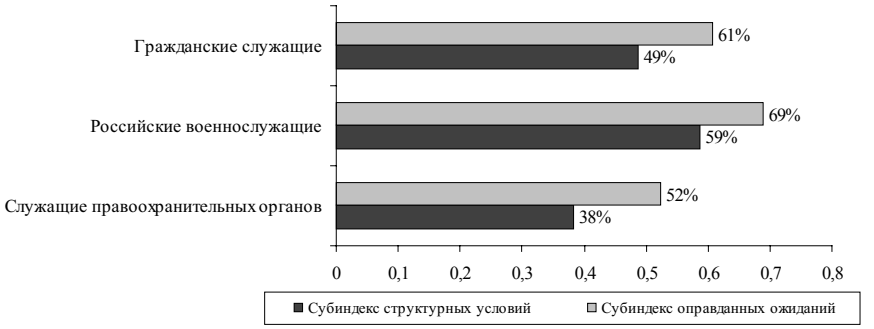


Рис. 9. Значения субиндексов структурных условий и оправданных ожиданий (по видам государственной службы)

Интегральные значения многопараметрического индекса, полученные на основе значений субиндекса структурных условий и субиндекса оправданных ожиданий по отдельным видам государ-

ственной службы, отражают выявленные тенденции (см. рис. 9): более высокие значения субиндексов зафиксированы в отношении деятельности российских военнослужащих (69 и 59%). Интегральные значения многопараметрического индекса в отношении деятельности гражданских служащих оцениваются как средние (61 и 49%). В отношении служащих правоохранительных органов интегральные значения многопараметрического индекса находятся на отметке средних и низких значений (52 и 38%).

Заключение

Предложенный подход к оценке уровня доверия граждан к профессиональной деятельности государственных служащих с применением комплекса индексных показателей, включающего индекс доверия граждан к деятельности государственных служащих и многопараметрический индекс доверия, позволяет не только зафиксировать и оценить текущую ситуацию доверия граждан государственным служащим, но и выработать меры по дополнению и уточнению основных направлений программы реформирования государственной службы по каждому виду государственной службы.

Результаты проведенного опроса и последующих расчетов фиксируют уровень доверия граждан госслужащим через интегральный показатель индекса доверия государственным служащим, который составляет 55,8%, что соответствует зоне средних значений. Максимальное значение интегрального индекса доверия граждан, составленного на основе индекса обобщенного доверия и индекса меры личного доверия, наблюдается в оценках деятельности военнослужащих. Данное значение составляет 75,2%. Заметно ниже значение интегрального показателя индекса доверия граждан к деятельности гражданских служащих — 50,3%. Значение интегрального индекса доверия к служащим правоохранительных органов составляет 42,0%.

Применение многопараметрического индекса доверия позволяет зафиксировать ряд тенденций, характеризующих отношение граждан к совокупности социально обоснованных норм профессиональной деятельности государственных служащих, оценку оправданности и подтвержденность их ожиданий в процессе

личного общения со служащими. Так, к общим тенденциям, характеризующим восприятие населением трех обследованных видов государственной службы, следует отнести то, что оценки показателей субиндекса структурных условий намного меньше оценок второго субиндекса — индекса оправданных ожиданий. При довольно высоком уровне доступности для граждан информации о порядке работы госслужащих это говорит о том, что инфраструктура собственно взаимодействий в меньшей степени отвечает интересам граждан. Также среди россиян распространено убеждение, что деятельность всех трех видов госслужащих практически закрыта для контроля со стороны граждан. Доверие граждан государственным служащим может возрасти, если предпринять реальные действия по запуску действенных, а не декларативных и имитационных механизмов общественного контроля, что, на наш взгляд, может стать первым шагом по выходу из климата тотального недоверия.

© Мерсиянова И.В., Якимец В.Н., Пахомова Е.И., 2013

Раздел III
ДОВЕРИЕ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Глава 9. Институциональное и сетевое доверие как экономические категории

Введение

В последнее время в отечественной социологии и психологии много сделано в области исследования доверия как общественного и личностного феномена, но вот доверие как экономическая категория исследовано явно недостаточно. В данной главе автор задался целью проанализировать, как возникает доверие во взаимодействии экономических агентов. В ходе анализа будут рассмотрены разные виды доверия, в частности, сетевое доверие и доверие институциональное. В современной экономической науке, по крайней мере в той ее части, которая отражает mainstream, нет места для такой категории, как «доверие». Экономисты относят доверие сразу к сфере чувств, а чувства не являются предметом экономики. Они мыслят свой предмет в сфере рационального выбора средств достижения цели в условиях ограниченности ресурсов. Прошу сразу обратить внимание, насколько социологично такое понимание предмета экономики — речь идет о том, что экономисты исследуют любое поведение людей, связанное с выбором средств достижения целей, иначе говоря — это рациональное поведение. О субстанциональной, или предметно-материальной сфере экономики в этом определении речь не идет, то есть о том, что экономика связана с производством, трудом, капиталом, деньгами, банками, биржами и т.п. В базовой модели экономистов агенты обладают всей полнотой информации (считается, что достаточно ценовой информации) и полной определенностью в решении проблемы выбора. Зачем при такой определенности и строгой рациональности доверие? Ведь если все определено и рассчитано, то к кому может быть отнесено доверие? Если контрагенты действуют строго рационально, преследуя свою выгоду, для чего тут доверие?

Социологический подход к доверию

Социология всегда критически относилась к модели человека и общества экономистов, предполагающей что человек — это рациональный индивид, максимизирующий свою полезность, а общество — просто сумма таких индивидов. Само возникновение контовской социологии было попыткой представить иную точку зрения на человека и общество. Для самого Огюста Конта Французская революция против старого режима была потрясением, как же можно было ее объяснить с позиции экономистов, если все ведут себя рационально? Откуда берется насилие? Для Конта, как потом и для Спенсера, общество уже не просто сумма индивидов, а сложный сверхорганизм, в котором индивидуальные действия регулируются институтами. Это институты семьи, государства, религии, образования, разделения труда и т.д. Таким образом, социологически действие агентов помещается в некоторую социальную структуру (структура — это способ связи элементов в системе).

Вот некоторые иллюстрации. Эмиль Дюркгейм, например, рассматривал разделение труда не просто как экономический феномен профессиональной специализации ради повышения общей экономической эффективности, а как социальный феномен — разделение труда появляется только тогда, когда общество санкционирует и легитимизирует сосуществование различных образов жизни, а это возможно только в социальном пространстве городов. Макс Вебер, оставаясь, в отличие от Дюркгейма, на позиции методологического индивидуализма (действуют только люди, никаких общностей реально не существует), также подчеркивал, что экономическое действие принимает социальную форму. Таковы, например, его типы рациональности. Он настаивал, что значима не только инструментальная рациональность (целерациональное действие), но и ценностная рациональность. Тогда экономический агент рационально (вне всякой сферы чувств) выбирает те ценности (например, моральные), которые создают границы его экономического интереса. Это объясняет, почему экономические агенты, преследуя личный интерес, как правило, не нарушают общие моральные правила.

Однако ни Вебер, ни Дюркгейм не говорили о доверии как таковом. Как раз их внимание было обращено на веру, но не на доверие. Только в небольшой работе «Протестантские секты и дух капитализма» Вебер замечает, что доверие в американских протестантских сектах играло большую роль в получении кредита, и тем самым способствовало развитию капитализма. Но главной задачей Вебера было объяснить, как переход к ценностям протестантизма меняет структуру мышления экономических агентов, именно через ценностную рациональность (безусловное следование требованиям протестантской церкви) стала формироваться инструментальная рациональность. Утрата религией своей моральной значимости и церковью своей политической власти еще не так была видна в конце XIX — начале XX в., поэтому ни Дюркгейм, ни Вебер не обратили внимания на возрастание роли доверия как социального и экономического феномена. Также и у Толкотта Парсонса — в его структурно-функциональной социологии нет места для категории доверия. Ведь каждый момент времени экономическое действие осуществляется в социальной системе координат действия, общие социальные нормы в процессе социализации интернализируются индивидом, а затем, оказавшись в типической ситуации действия, индивид лишь следует правилам поведения, применимым к исполняемой им роли.

Время для социологической теории доверия пришло в 1970–1990-е годы. В то время сразу несколько социологов — Н. Луман, Э. Гидденс, Д. Гамбетта, Ф. Фукуяма, П. Штомпка — исследовали этот феномен. Тогда было заложено и основное расхождение в понимании феномена доверия и его функций[1]. Сторонники одной точки зрения (Фукуяма) настаивали, что доверие тождественно вере, что это феномен из области чувств утонченного прошлого и он помогает экономической системе работать сегодня. Я утверждаю, что такая позиция начинается, как ни парадоксально, с точки зрения сенсуалистской моральной философии, представителем которой был Адам Смит. Посмотрите его «Теорию нравственных чувств» и вы найдете отрывок о доверии: там говорится, что ребенок рождается с чувством полного доверия, а вот затем родители, школа, образование учат его отказаться

[1] Я не разбираю здесь дискуссии о доверии. Об этом см.: [Веселов, 2011].

от доверчивости в пользу рационального мышления, основой которого являются сомнение и недоверие. Есть и сегодня экономисты, которые разрабатывают ту точку зрения, что доверие — это только чувство и что именно так его надо учитывать в экономической жизни [Белянин, Зинченко, 2010]. Вторая группа авторов не отрицает, что доверие может существовать как индивидуальное или общественное чувство, но настаивают, что доверие в современных условиях жизни все больше рационализируется. Например, Э. Гидденс говорит о доверии «знаковым системам» (например, денежной системе как таковой), или о доверии «экспертным системам». С его точки зрения, наряду с доверием в межличностном взаимодействии возникает доверие другой природы — доверие институтам, что более важно, чем доверие личностное (если вы решили доверить свои деньги некоторому банку и открыть вклад, то вы вполне можете выбрать тот, который дает бóльшую ставку, для вас решение о доверии своих средств будет рациональным решением, поскольку ваше доверие основывается на более общем доверии денежной системе, институту банков, правилам страхования вкладов и т.д.).

Взгляд на доверие в экономической теории

Экономическая наука всегда была в стороне от этих дискуссий социологов о доверии. Робкими шагами, но доверие постепенно входит совсем по другой дороге в область исследования экономической науки. В 1930-е годы экономическая наука выдвигает некоторые новые условия базовой модели экономического действия. Дж.М. Кейнс в своей работе «Общая теория занятости, процента и денег» (1936) ввел понятие неравновесности рыночной экономики как ее фундаментального свойства. Если раньше молчаливо предполагалось «тождество Сэя» — спрос рано или поздно равен предложению, то Кейнс говорил уже о том, что в нормальных условиях платежеспособный спрос всегда ниже предложения. Почему? Деньги кроме роли посредника обмена играют еще иную роль — люди предпочитают больше накапливать с ростом дохода, чем тратить (что, впрочем, не нашло потом эмпирического подтверждения в исследованиях социологов), в силу своей осторожности и предусмотрительности. Склонность

к предпочтению ликвидности понятна — люди всегда с осторожностью вкладывают деньги как инвестиции, ведь обратно в деньги их потом не так-то просто перевести. Тогда и возникает, с точки зрения Кейнса, вопрос доверия в условиях неопределенности инвесторам: с одной стороны, необходимо вложение средств для получения прибыли, с другой — важно, доверяют ли они свои деньги инвестиционным проектам. Всегда ведь можно просто вложить деньги в банк — доверие банкирам больше, чем предпринимателям. Вот так доверие — вместе с понятием неравновесности и настроением инвесторов — начинает постепенно занимать свои позиции в макроэкономике.

Другое направление исследования доверия в экономике связано с категорией «неопределенность». Фрэнк Найт в своей статье «Риск, неопределенность и прибыль» (1921) утверждал, что предпринимательская деятельность, в основе которой внедрение инновационных комбинаций факторов производства, предполагает высокий риск или неопределенность результата деятельности. «Настоящая прибыль, — писал Найт, — связана с элементом неопределенности. Его действие проявляется в фактах неожиданного обогащения и получении спекулятивных доходов. Если бы будущее было заранее известно, рынок мог бы предвосхитить появление любого дефицита, так что прибыль стала бы невозможной. Высокие доходы от рискованных предприятий — это просто премия за неподдающийся измерению риск либо за неопределенность» [Селигмен, 1968, с. 447]; «эта истинная неопределенность придает экономической организации характерную форму “предприятия” и объясняет существование специфического дохода предпринимателей» [Найт, 1994, с. 26]. Дуглас Норт обращает наше внимание, что у Найта в этой работе риск и неопределенность различаются: риск — это то, что можно рационально просчитать (и застраховать), а неопределенность — это то, что вообще не поддается расчету [Норт, 2010, с. 27]. Таким образом, неопределенность становится имманентной чертой не только макроэкономических изменений (что было показано Кейнсом, и что потом дало основание Милтону Фридману вообще говорить о принципиальной непредсказуемости экономических изменений и невозможности антициклического регулирования), но и микроэкономических отношений. Если простая инвестиционная

деятельность становится вероятностной, появляется риск и его оценки, то возникает и понятие доверия как ставка на будущее поведение агентов (именно так в своей социальной теории Петр Штомпка определяет доверие). Большинство реальных банковских операций по финансированию бизнеса предполагает такое решение — доверять предпринимателю деньги или нет, банкиры должны найти тонкую грань доверия и осторожности (недоверия), чтобы принять правильное решение в условиях неопределенности.

Но Кеннет Эрроу утверждает, что не только банкиры и предприниматели сталкиваются с проблемой риска и доверия в условиях неопределенности [Эрроу, 1994]. Он ставит под сомнение тезис о полной информированности экономических агентов в их обычной экономической деятельности. Если в процессе сделки недостает информации для двух сторон, то они вынуждены полагаться на доверие друг к другу, иначе сделка просто не состоится. Кроме того, информация между контрагентами может быть распределена асимметрично, что тоже ставит вопрос о доверии сторон. Герберт Саймон, анализируя процесс рационального выбора, обращает внимание не только на результат выбора, но на саму рациональность как процесс [Саймон, 1993]. Сама рациональность в условиях недостатка информации носит ограниченный характер, кроме того, экономические агенты могут использовать неравное распределение информации в свою пользу.

Однако ни Кейнс, ни Найт, ни Эрроу, ни Саймон не ставили напрямую вопрос о доверии. Впервые проблема доверия была явно представлена в новой институциональной теории экономики (Рональд Коуз, Дуглас Норт, Оливер Уильямсон) [Williamson, 1993]. Базовой категорией экономического анализа у них выступает обычная трансакция (сделка, назначение которой — передача прав собственности). Каждая сделка в их понимании, как правило, сопряжена с трансакционными издержками (это издержки обмена, которые в классической и неоклассической теории считаются нулевыми). Чем выше неопределенность и риск, тем выше трансакционные издержки (например, если информации о контрагенте мало, то будут дополнительные издержки для проверки его репутации, сделка может потребовать привлечения консультантов, или будет определено правило страхования

сделки). Кроме того, если права собственности не определены четко, то уровень трансакционных издержек также возрастает. Впервые в базовый экономический анализ в институциональной теории вводится понятие обмана — классическая и неоклассическая экономические теории предполагали (наверное, по праву рождения в Туманном Альбионе), что взаимодействие между экономическими агентами происходит «по-джентльменски». Здесь же, в противовес английской традиции, американская экономическая среда показывает, что люди часто идут на сознательное использование информации, недоступной контрагенту, в своих корыстных целях, такое поведение скромно названо оппортунистическим. Тогда встает вопрос вопросов — почему же люди постоянно не обманывают друг друга в экономической жизни? Ответ институционалистов очень простой — все дело в институтах (institutions matter). Институт представляет собой инструмент, регулирующий трансакционные издержки. Например, фирма — это институт снижения трансакционных издержек в условиях рыночной экономики. Или сам рынок — институт снижения трансакционных издержек в системе обмена (можете себе представить, какова была бы цена на обычные товары, если бы рынка как такового в привычном нам смысле не было; можно напомнить, если кто забыл, социалистическую практику распределения). Так вот, обман регулируется институтами. Если институты рынка и его регулирования выстроены грамотно и если эти институты работают (последнее важно, так как в РФ, например, грамотно выстроена система арбитража, но она не работает), то обман становится просто невыгодным делом. Если агенты решают использовать свое оппортунистическое поведение, то они заранее прикидывают — во что может обойтись обман, и если риск попасться высок, а издержки (например, штрафы) велики, то рационально действующий субъект воздержится от оппортунистического поведения. Чем лучше работают институты, тем «дороже» обман и выгодно честно соблюдать правила игры. Такова логика институционалистов, дальше я покажу, как экономическая социология критикует эту идею с социологической точки зрения, но прежде должен заметить: тезис институционалистов не очень подтверждается криминальной практикой. Ведь среди всех преступлений сознательно рационально планируемых

преступлений (с расчетом согласия, оценкой последствий, риска и т.п.) только 15%, все остальные осуществляются спонтанно. Может, среди экономических преступлений эта цифра выше, но все же мала, чтобы быть достоверной. В этом смысле К. Эрроу ближе к истине, когда говорит, что люди не обманывают, потому что есть моральные институты, которые поддерживают честность и — более того — порядочность (то, за что агент не подлежит судебному преследованию, но поступать так просто принято в данной социальной среде).

Институционалисты не поддерживают и не развивают идею рационального доверия и расчета доверия (что у Уильямсона называется «calculative trust»), для них это противоречие в определении — если есть расчет, то нет необходимости доверия. А основным для них является понятие «социальное доверие» (societal trust) — это доверие не на уровне межличностного взаимодействия, а на уровне общества и его институтов. Также они признают понятие «культура доверия». Итак, в целом их логика такова: доверие существует на социетальном уровне как институциональное доверие, чем выше доверие, тем ниже уровень трансакционных издержек (собственно такую фразу я не встречал ни у Коуза, ни у Норта, ни у Уильямсона, но она уж очень хорошо вписывается в их логику — со стороны виднее, между прочим, сами они не очень-то видели себя институционалистами, как всегда эти названия даются другими).

В наши дни в социологии также поддерживается идея институционального доверия и разрабатывается идея культуры доверия. Иногда даже задаешься сомнением — и вправду ли все дело в доверии? У Ф. Фукуямы доверие представляется некой всеобщей категорией (которую он связывает со способностью людей создавать социальные общности или ассоциации, как он их называет), от которой зависит все — и экономическое развитие, и политическая демократия, и прошлое, и будущее, и все что хочешь. Мне кажется, что вряд ли стоит переоценивать роль доверия в обществе, и тем более связывать доверие и общую культуру, якобы в одних странах низкая культура доверия, в других высокая (для Фукуямы в Америке или Японии высокая культура доверия, во Франции или Италии средняя, а в постсоциалистических странах — низкая). Однако имеются и другие концепции, в которых

разрабатывается идея рационального доверия на уровне межличностных отношений. Особенно выделяется теория рационального выбора в социологии, основной фигурой в которой выступает Джеймс Коулман. Смысл теории рационального выбора в социологии в том, что социологи объясняют социальное действие точно так, как объясняют экономисты экономическое действие. Свои корни такое объяснение в социологии берет в теории социального обмена, пионером которой был Георг Зиммель. Его логика в объяснении обмена (всякую социальную деятельность можно представить как обмен) такова: при взаимодействии люди чем-то жертвуют ради получения большего результата. Например, если вы слушаете музыку на концерте, то вы жертвуете своими деньгами, временем, терпите еще какие-нибудь неудобства, соседей, к примеру, но получаете гораздо больше взамен — удовольствие от прослушивания музыки; а музыканты, в свою очередь, играя на концерте тратят свои нервы, силы, время, получая взамен не только деньги, но и признание, аплодисменты, популярность и т.д. Зиммель объяснил и социальную мотивацию обмена как действия: ведь у экономистов не понятно, что заставляет людей вступать в обмен — обмениваются у них только эквиваленты. Где же прибыль? А в социальной концепции обмена каждая из сторон получает нечто большее, чем отдает, в обмене создается субъективная «прибавочная стоимость». Итак, обмен представляет собой социальный процесс, в котором каждая из сторон извлекает прибыль (не только в денежном виде, как считают экономисты, но и в символическом виде), каждая сторона максимизирует свою социальную полезность. С другой позиции, с точки зрения социального бихевиоризма, обмен был рассмотрен в теории социального обмена Джорджем Хомансом и Питером Блау. Хоманс утверждал, что люди (как и животные) в своем взаимодействии ориентируются на позитивные стимулы: если они получают или рассчитывают получить выгоду от социального взаимодействия, то они постоянно вступают в такие отношения. А Блау обратил внимание на то, что такие же отношения существуют между индивидом и группой: если индивид получает позитивные санкции от группы, он вступает в такие отношения, если получает негативные, то отказывается от таких действий.

Теория рационального выбора, с точки зрения Коулмана, в социологии дополняется такими понятиями, как институты и организации. С одной стороны, это структуры, которые направляют выбор, с другой — люди своими действиями воспроизводят и поддерживают такие институты и организации. Посредством институтов осуществляются взаимодействия двух уровней: уровня агентов (акторов в терминологии Коулмана) и уровня системы. Впрочем, и новая институциональная экономическая теория признает уровень институтов. Но здесь у Коулмана появляется нечто новое. Обычно неоклассическая теория предполагает тезис максимизации полезности, когда благо переходит под контроль индивида, «...каждый индивид максимизирует полезность, установив контроль над ресурсом, и теряет ее вместе с утратой контроля» [Коулман, 2004, с. 163]. Социологическая же теория рационального выбора предусматривает и обратное: *достижение полезности рационально возможно и путем отказа от контроля над благом*. Вот здесь и возникает понятие рационального доверия — индивид отказывается от выполнения каких-либо функций в экономическом действии и передает контроль над ними другому, он доверяет другому эти функции (например, индивидуальный предприниматель может все функции своего бизнеса выполнять сам или некоторые услуги заимствовать на рынке, но если он создает фирму и нанимает сотрудников, он доверяет выполнять им часть тех функций, которые выполнял бы сам, единолично контролируя весь процесс; смысл такого создания фирмы в повышении эффективности и увеличении полезности, но путем отказа от контроля и осуществления доверия другим). Кстати, доверие также объясняет природу фирмы, основной вопрос, которым задавался Рональд Коуз, — почему существует фирма? С его точки зрения, фирма — это институт экономии трансакционных издержек, но с социологической точки зрения фирма образуется потому, что это рациональный способ делегирования полномочий другим лицам на основе внутрифирменного доверия (уровень доверия в рамках фирмы всегда выше, чем на рынке, — ведь существуют правила приема и отбора кандидатов, каждый из которых имеет свой послужной список и репутацию).

Итак, с точки зрения Коулмана, доверие — это рациональная деятельность, при которой индивид максимизирует полезность,

сознательно отказываясь от функции контроля над ресурсом в пользу другого индивида. В процессе доверия, говорит Коулман, всегда есть две стандартные роли: тот, кто доверяет (trustor), и тот, кому доверяют (trustee) [Coleman, 1994]. Первая сторона оказывает доверие второй, делегируя ей некоторые полномочия, — это первая часть взаимодействия, но затем вторая сторона должна принять на себя ответственность за выполнение возложенных на нее обязательств, чтобы оправдать доверие, — это вторая часть взаимодействия. Обе стороны выигрывают от взаимодействия, например, если человека берут на работу, ему или ей доверяют выполнение определенных трудовых функций, то выгода нанимателя — в том, что он освобождается от части своих полномочий; выгода работника — в том, что оправдание доверия, честное выполнение возложенных на него обязанностей ведет к получению вознаграждения, материального и символического характера. Коулман не единственный сторонник понятия рационального доверия. Другой представитель теории рационального выбора в социологии Юн Эльстер определяет, что «...доверять кому-то — значит снижать бдительность, воздерживаясь от принятия мер предосторожности против партнера по взаимодействию» (сам он о себе пишет так: «Хоть я критически отношусь ко многим объяснениям через рациональный выбор, но считаю концепцию выбора фундаментальной») [Эльстер, 2011, с. 16, 352].

Роль доверия в экономическом взаимодействии

На мой взгляд, основная ошибка социологической и экономической теории рационального выбора в объяснении доверия заключается в том, что они исходят из прямолинейно понимаемого тезиса о методологическом индивидуализме. Хоть Коулман и говорит об уровне системного анализа, но все равно доверие объясняется как процесс взаимодействия индивидов. Но ведь это взаимодействие всегда происходит в определенном социальном пространстве (это не просто физическое или географическое пространство, но пространство культурное, политическое, юридическое) и в определенное социально-историческое время. Поэтому любое индивидуальное взаимодействие опирается на уже существующую структуру отношений между индивидами —

доверие не только в сознании агентов, оно существует в пространстве отношений агентов. Вот возьмите, например, передачу денежных средств в кредит — одно дело отношения «банк — клиент», другое — отношения между друзьями или родственниками. Разная структура отношений будет по-разному влиять на отношения доверия, хотя уровень рациональности в любом случае будет высокий, только в первом случае — это инструментальная рациональность, во втором — ценностная рациональность. В этом примере можно выделить, по крайней мере, три разных типа или вида доверия: отношения между родственниками построены на основании личного доверия, которое здесь персонализировано; отношения «банк — клиент» предполагают безличный тип рационального доверия, который подразумевает проверку кредитоспособности клиента, целей и источников кредитования, репутации клиента (его финансовой истории), в данном типе клиент — это всего лишь типичный заемщик, если он соответствует правилам этой роли, а его ситуация и залоги — типичным ситуациям кредитования, то ему не откажут в кредите; и, наконец, третий тип доверия, который скрывается за внешними действиями, — при доверии денежных средств клиенту банка есть еще неявный тип доверия самой денежной системе. Ведь и сотрудники банка, и клиенты, и другие экономические агенты уверены в надежности денежной системы, то есть в том, что государство будет следить, чтобы деньги не обесценивались, чтобы денег в обращении было достаточно, чтобы деньги не подделывали, чтобы все принимали деньги, находящиеся в обращении. Это уже другой тип доверия — доверие символическим системам (как называет их Гидденс), или институциональное доверие. Такое доверие пересекается с понятием доверия «экспертным системам» [Гидденс, 2011, с. 208]. Ведь клиент в нашем примере довольно плохо представляет, как работает банк (конечно, если бы он все четко знал, то никогда не понес туда деньги в качестве вклада). Для него — это учреждение, где сидят специально обученные люди, которые привлекают деньги клиентов под процент и выдают кредиты под более высокий процент, так в его понятии работают банки вообще. Как работает конкретно его банк, он не знает, но доверяет экспертному знанию. Ведь знание социально распределено — одни знают и умеют одно,

другие знают и умеют другое. Соответственно, клиент думает, что банкиры знают, что делают, и доверяет им, особо не задумываясь (а зря, хотелось бы сказать). Еще больше уровень доверия врачам и ученым, меньше политикам и экономистам (последние слишком часто ошибаются в прогнозах). Как говорил Зиммель, абсолютный уровень культуры общества возрастает (это все знания в обществе), а относительный падает (древний человек знал больше в процентном отношении к знанию своей культуры, чем знает современный человек, — современный человек относительно более невежествен). Поэтому уровень доверия экспертным системам в обществе сегодня существенно возрастает — мы сами не знаем, как это все работает, но доверяем экспертам, пусть они и несут ответственность.

Теперь давайте подведем предварительный итог. Я попытался показать, что в социологии и экономике разными путями, рано или поздно, но возникает потребность в определении категории «доверие». Среди экономистов в основном институционалисты продвигают доверие в своих объяснительных моделях, для них главное — доверие институтам. В социологии одни ученые относят доверие к сфере чувств, другие считают доверие рациональной деятельностью. Теперь настало время обратиться к тому, что говорит экономическая социология (как область, интегрирующая экономику и социологию) о доверии и ввести понятие «сетевое доверие» в экономические отношения.

Подход к доверию в экономической социологии

Одна из самых важных и значимых работ в области современной экономической социологии — это статья Марка Грановеттера «Экономическое действие и социальная структура» [Granovetter, 1985]. Наверное, по числу цитирований это самая востребованная работа по экономической социологии, и тем более странно, что никто не разбирает концепцию доверия, представленную в этой работе. В кратком изложении смысл работы в следующем: сначала во введении Грановеттер говорит о проблеме включенности (problem of embeddedness)[1], поначалу, кстати,

[1] В русских изданиях это «проблема укорененностти». См.: [Западная.., 2004, с. 131].

она значилась как *теория* включенности (о чем пишет в своей истории экономической социологии Р. Сведберг), но потом рецензенты заметили автору, что до уровня теории его рассуждения пока не дотягивают. Речь идет о К. Поланьи, который утверждал, что экономика в досовременных обществах включена в социальные структуры, а потом при капитализме приобретает самостоятельное существование. В ответ на это Грановеттер выдвигает свое положение — в современных условиях экономика все-таки не полностью исключена из социальных структур, степень ее автономности гораздо ниже, чем предполагал Поланьи (чуть позже я специально остановлюсь на этом ошибочном, с моей точки зрения, тезисе Грановеттера).

Далее Грановеттер критикует: с одной стороны, методологическую позицию неоклассической экономики, называя «undersocialized» (недостаточно социализированной), согласно которой люди действуют сугубо индивидуально и самостоятельно вне общественных или коллективных отношений; с другой стороны, позицию социологической теории, называя ее «oversocialized» (сверхсоциализированной), согласно которой люди действуют, автоматически выполняя заданные социальные роли, вменяемые им общественной структурой. Получается, что в одном случае свобода индивида абсолютна, в другом — нет вообще никакого выбора. Как решить эту основную проблему всех социальных и экономических наук — как согласовать индивидуальное действие человека и объективно существующую социальную структуру общественных отношений?

Грановеттер в указанной статье пытается предложить свое решение этой основной проблемы согласования структуры и действия. Решение разбирается на двух ситуациях: во-первых, это отношение доверия и обмана; во-вторых, отношение рынков и иерархий (здесь автор дословно повторил название книги 1975 г. О. Уильямсона «Markets and Hierarchies», где речь идет о том, каким образом в условиях свободного рынка существуют фирмы как организации с властными структурами, отсюда и понятие иерархии). Все исследователи обращают свое внимание на критику Грановеттером новой институциональной экономической теории, а тема доверия остается в стороне (как, наверное, менее разработанная у институционалистов). Это и понятно, потому

что основной пафос статьи в том, чтобы показать, что экономическая социология идет гораздо дальше, чем новая институциональная экономическая теория. Сначала позвольте сказать несколько слов об общей методологии Грановеттера. Еще со времен своей докторской диссертации и книги «Getting a Job: A Study of Contacts and Careers» (1974) Грановеттер доказывал, насколько значимы в экономической жизни личные связи, которые он подразделяет на два типа: «сильные» (например, родственные) и «слабые» (например, знакомые знакомых, сослуживцы). С его позиции, главный результат при поиске работы дают не кадровые службы и объявления в газетах, а личные контакты — особенно бывшие сослуживцы и другие «слабые связи», и вообще, вся сеть личных контактов в целом. На этом примере Грановеттер показывает, что личные связи значимы в рыночных условиях. (Мы, бывшие советские люди, солидарны с Грановеттером в этом вопросе, в Советском Союзе в 1970-е годы все знали этот тезис о личных связях: без блата — никуда, даже мяса купить в магазине нельзя, только если мясника лично знаешь и немного сверху ему накидываешь, — где уж тут на работу устроиться. Но вот многие последующие исследователи рынка труда замечали, что эмпириические исследования в крупных городах тезис о личных связях не всегда подтверждают.)

Давайте посмотрим, как Грановеттер разбирает позицию Уильямсона в проблеме появления фирмы (в неоклассике вопрос о природе фирмы вообще не ставится). Он критикует то положение, что фирма — лишь институт для повышения экономической эффективности и что его функция состоит только в сокращении трансакционных издержек. Особенно если возникают «специфические активы» для экономической деятельности, то они исключаются из области рыночных отношений и переводятся в сферу «иерархии» — властных отношений в рамках фирмы. Или для того чтобы избежать оппортунистического поведения, создается фирма, где властные отношения сдерживают обман. Основная критика Грановеттером институционализма связана с *проблемой атомизированности* экономических агентов — предположения, что экономические агенты якобы никак не связаны социальными отношениями между собой. Вряд ли, говорит Грановеттер, внутри фирмы отношения вдруг будут менее оппорту-

нистически ориентированы — полно примеров, согласно которым отделы одной фирмы ведут настоящую войну друг с другом. И в то же время часто на рынке фирмы вступают в тесные и добропорядочные партнерские отношения, десятилетиями сотрудничают без обмана и мошенничества. Объяснить проблему можно, только если учитывать, что экономические отношения *переплетаются* с социальными. И в рамках фирмы, и на рынке между фирмами может формироваться сеть социальных отношений, где каждый лично знает каждого, люди заботятся о своей репутации, они просто не могут оппортунистически поступить с одним агентом, чтобы это не стало известно все агентам в рамках данной сетевой конструкции.

Такая же логика Грановеттера в объяснении природы доверия. Он разбирает вопрос: почему повседневная экономическая жизнь не наполнена обманом и недоверием? Что препятствует этому? Институционалисты полагаются на институты — они делают обман дорогостоящим предприятием на рынке. Также они преувеличивают роль властных, приказных отношений в рамках фирмы. Другие экономисты (К. Эрроу, например) полагаются на роль морали вообще — моральные нормы, автоматически интернализируемые агентами, создают прочный заслон обману и мошенничеству. Эти позиции в одном схожи, считает Грановеттер, — они предполагают *атомизированную структуру* отношений между агентами. В действительности такого безличного атомизированного рынка нет, агенты всячески стремятся расширить сети межличностного социального взаимодействия.

Доверие существует и воспроизводится в рамках сетей межличностных отношений, которые вплетаются в экономические отношения, люди предпочитают иметь дело с теми агентами, репутация которых им известна. Они стремятся получить информацию из личных источников, поскольку она более ценная, правдивая, чем официальная. Однако Грановеттер предупреждает, что сети не полностью исключают возможность мошенничества и обмана. Бывает, что излишнее доверие только провоцирует обман (если руководитель фирмы никогда не проверяет бухгалтерию). Бывает, что доверие используется в сети криминальных структур (взятки и откаты порождаются доверием внутри социальных сетей). Да и сами сети не всегда проникают глубоко

в рыночные отношения, что оставляет возможность для недоверия и обмана.

Итак, социальные сети межличностного взаимодействия — вот основа доверия в экономической жизни с позиции Грановеттера. Теперь посмотрим, прав ли он в том, что социальные сети — чудесное изобретение экономической социологии — позволяют нам объяснить природу доверия в экономической жизни.

Сначала давайте определимся, о каком историческом времени идет речь, когда именно появляются сети социального взаимодействия в экономической жизни? Мне кажется, что ситуацию полностью запутывает то вводное замечание Грановеттера, которое он делает по поводу значения понятия «embeddedness» К. Поланьи. Что, мол, степень включенности экономики в социальные структуры гораздо выше в обществах современного типа по сравнению с досовременными, чем считает Поланьи. Но для Поланьи нет такой аналоговой шкалы «выше — ниже». Для него есть понятие «трансформация» (отсюда и название его книги «The Great Transformation» 1944 г.[1]), которое означает, что в период трансформации экономика отделяется или выделяется из социальной системы, получает автономное существование и начинает сама определять социальные отношения по своему образу и подобию. Смысл теории Поланьи в том, что, в отличие от Маркса, он считает, что это господствующее положение экономики — не имманентная характеристика человеческого общества (например, экономика в виде производительных сил и производственных отношений выступает экономическим базисом общества), а исторический процесс, связанный с образованием национальных государств в Европе периода Нового времени. Создание такой автономной экономики — экономики свободного рынка — было стимулировано национальными государствами, но постепенно свободный рынок включил в свой оборот те социальные блага, которые не являются товарами по природе — труд, землю и капитал. Это фиктивные товары, в терминологии Поланьи, но они стали рыночными товарами, разрушая при этом социальную ткань общества. Итог этого процесса, по Поланьи, — две катастрофические мировые войны, которые и стали

[1] Русское издание см.: [Поланьи, 2002].

истоками нашего времени (подробнее см.: [Веселов, 1999]). Итак, для Поланьи экономика как рыночная экономика[1] существует как автономная система в обществе, она не может быть больше или меньше выделена из общества, она сама по себе автономна и подчиняет (строит по своему образу и подобию) другие социальные подсистемы. Надо отметить, что не только Поланьи считал так. Например, Т. Парсонс также утверждал, что экономическая подсистема, как и другие подсистемы, дифференцируется (выделяется) из социальной системы, кстати, самой последней из всех подсистем, и получает автономное существование. Взаимодействие между подсистемами не прекращается, но переход через границы подсистем возможен только через символических посредников, при этом экономика продолжает выполнять адаптивную функцию, то есть приспосабливает общество в целом к существованию во внешней физической среде.

Теперь посмотрим, какие социальные отношения (какой их тип) господствуют в этой экономической подсистеме. Это хорошо видно при сравнении современного и традиционного средневекового общества. Традиционное (досовременное) общество — это общество аграрного типа, основной тип производства сельское хозяйство, тип поселения деревня (и основной строительный материал Средневековья — дерево), община соседского типа, социальная структура сословного типа, господствуют многообразные отношения коллективизма (индивид как таковой еще не выделился в социальную единицу, он еще считается если не жуликом, то ловкачом, «заслуживающим если не виселицы, то тюрьмы», как отмечал самый лучший исследователь Средневековья Жак Ле Гофф, от индивида можно ожидать только злодеяния), основной тип сознания и познания религиозный. Соответственно, для такого типа социальных отношений характерны личные персонифицированные связи — для крестьянина семья и его дом представляют единицу хозяйства, рыночные отношения мало развиты, общение в основном с кругом людей лично

[1] Заметим, что у него, как и у Ленина и Сталина, нет разницы между рыночной и капиталистической экономикой, что, на мой взгляд, — существенная ошибка, хотя бы потому, например, что те социалистические страны, где сохранилось мелкое товарное крестьянское хозяйство, жили в 100 раз лучше, чем в СССР, где считалось, что крестьянское фермерское хозяйство непременно порождает капитализм.

знакомых. Доверие в таком обществе традиционного типа — это доверие коллективного типа (это не «я» доверяю, а «мы» доверяем), доверие личностного типа — это доверие конкретным лицам (даже институт получает доверие только в связи с лицом, персонифицирующим этот институт), доверие «миру» — общине как социальному институту — выше, чем доверие конкретному лицу, доверие связано с верой в Бога — именно Богу доверяется личная судьба (надпись на американских долларах «In God We Trust», как видите, не содержит указания имени бога, не сказано какому богу мы вверяем себя). Доверие наполнено чувствами — душа средневекового человека была «необузданной и страстной» (чувства и их проявления были обязательными, если король не умел плакать, то его специально обучали этому несложному действию, так как плакать и страдать была публичная королевская, да и не только его, обязанность). Любой чужой воспринимается отчужденно, всякие «жонглеры и чужестранцы» не заслуживают доверия, доверия заслуживают лишь братья по вере (отношение к Богу носит не индивидуальный, а коллективный характер — это «мы» верим, а не «я»). Всякое новое воспринимается с опаской, старое поддерживается и сохраняется.

Но постепенно тип социальных отношений в позднем Средневековье начинает меняться. Основными проводниками нового выступают города, теперь они не центры политической жизни (Средневековье вообще не знает государства в привычном нам виде), а экономические центры обменов и ремесла (цеховые системы). В городах возникает рынок как необходимый для жизни институт обмена, индустрия как тип производственной экономической деятельности, хозяйство существует теперь только как денежное. Город в социальном плане, замечает Вебер в своей работе «Город», как тип поселения соединяет знатных и незнатных (позор с точки зрения Средневековья, где замок и деревня всегда пространственно разделены и не соприкасаются), социальная структура города уже классового типа (разделение социальных групп по экономическому признаку), сообщество формируется гражданского типа (гражданин означает горожанин), где уже не род, а индивид выступает единицей общества (горожанин индивидуально получает права и индивидуально выполняет обязанности), индивидуальность и индивидуальный

образ жизни легитимизируется и даже приветствуется (для большего «блеска города»), сознание все больше отрывается от религиозного (хотя именно религиозная трансформация в протестантской Европе развивает индивидуальное сознание и индивидуальную ответственность перед Богом) и становится позитивно, научно ориентированным. В итоге формируется новый тип доверия: уже нет принятия своей собственной судьбы как внешнего произвола и как фатума (рока), наоборот, человек сам делает себя, от его активности зависит и жизнь, и судьба. Другие воспринимаются не как чуждые или враждебные индивиды, а как «незначимые другие», с которыми с помощью общественных институтов необходимо выстраивать совместное сосуществование (Поль Рикер говорит о том, что «Я-сам-как-другой» становится базовой характеристикой собственного восприятия индивида), доверие все больше приобретает черты рационального доверия, основанного на понимании риска, его вероятностном расчете. Чувствам в доверии отводится все меньшая роль. Доверие связано со все большей сложностью жизни — все больше институтов регулируют общественную жизнь, именно им (а не людям или богам) начинает доверять гражданин рыночного общества, люди получают восприятие совместно с институтами. Например, человек воспринимается в своей профессиональной роли (доверяют не просто человеку, а человеку-профессионалу, который имеет институциональное признание, — врачу или учителю и т.п.). Итак, основной тип доверия в обществе современного типа — это доверие безличное, доверие как рациональная конструкция, доверие институтам и связанному с ним ролевому поведению, доверие абстрактным символическим и экспертным системам. Однако личностное доверие никуда не исчезает, доверие в семье, доверие друзьям и знакомым, доверие соседям — все это по-прежнему играет важную роль в жизни человека.

Итак, что делать с сетевым доверием? Если мир современного общества — это «общество индивидов» (по словам Норберта Элиаса), где господствует безличная среда (Ирвинг Гофман и вслед за ним Гидденс подчеркивают значение публичного невнимания («public inattention») как основной характеристики социального взаимодействия в такой безличной среде (например, в лифте или метро любой пристальный взгляд будет восприни-

маться как вызов или невежливость), то совершенно очевидно, что социальные межличностные сети — это лишь вспомогательный инструмент в этом безлично-ролевом мире социальных взаимодействий. Точно так же и в экономической жизни — безличное ролевое индивидуальное поведение выступает базовым типом поведения, соответственно, и доверие построено для такого типа поведения. Возьмем пример: предположим (только предположим), что Вы вдруг решили пойти в магазин (такое иногда случается в жизни, причем даже с мужчинами; «махазин» слово, пришедшее от арабов, означает склад); Вы выбрали покупки (как всегда все ненужное, зато полезность максимизирована) и подошли «на кассу» (как говорят работники торговли) — и вот перед вами хозяйка кассы. Как Вы будете воспринимать эту монументальную женщину (мужчин, как правило, в кассиры не допускают)? Вам ведь надо расплатиться — значит, передать деньги. На каком основании Вы отдадите ей деньги? Одно дело, если задействованы социальные сети, как настаивает Грановеттер, типа: эта кассирша Ваша родственница, тогда все в порядке, но если сети не работают — а здесь они и не должны работать — что делать? Тогда Вы доверяете этой женщине деньги как кассирше, то есть человеку, исполняющему в данном предприятии (институции) определенную четко фиксированную профессиональную роль. Вы думаете (ну или могли бы думать) так: кассиры — это специально обученные и проверенные люди, которые берут у покупателей деньги, но не присваивают их и не убегают сразу в неизвестном направлении, а складывают их в кассу, потом выдают Вам чек, потом передают средства в общую выручку и т.п. В итоге Вы доверяете не человеку-кассиру (если эта женщина попросит у Вас денег при входе в магазин, вряд ли Вы ей что-то доверите), а кассиру-профессиональной роли, которая задана данной типической экономической ситуацией и соответствующей институциональной средой. Вы доверяете не столько кассиру, сколько всей этой сложной системе, которая называется супермаркет. Заметим, и никаких социальных сетей здесь нет. Другое дело, что потом, когда Вы изо дня в день выполняете эту операцию, безличные отношения вдруг превратятся для Вас в личные, но это будет потом. Еще одно дополнение — Вы всегда лишь до определенного (оптимального) уровня доверяете кассиру.

Ведь надо и сдачу пересчитать — кассир вполне немного может обмануть, в пределах округления или просто технически ошибиться, но все это не подорвет Ваше институциональное доверие — Вы свято верите в то, что система будет работать, Вы просто уверены в этом на всю оставшуюся жизнь.

На этом простом примере я хотел показать, что *базовым в современном мире является не сетевое, а институциональное доверие.* Оно предполагает типичные экономические операции, в которых люди разыгрывают стандартные экономические (они же социальные) роли, и доверие здесь все больше становится не личностного, а ролевого типа. Все экономические агенты прошли (кто лучше, кто хуже) успешную социализацию — их обучили уже, кому и как нужно доверять / не доверять, поэтому доверие превращается в обычную рутину. Социальные сети пронизывают такие базовые безличные отношения, они играют иногда очень важную, но в целом второстепенную роль в экономической жизни. Поэтому я утверждаю, что идея Грановеттера о том, что именно с помощью социальных сетей создается доверие, имеет важное, но ограниченное применение.

Мне представляется, что более актуальна сейчас для понимания рыночного типа доверия другая концепция сетей, которая выдвигается в ANT (акторно-сетевой теории) Бруно Латура и Мишеля Каллона. Они справедливо критикуют социологию за то, что в ней социальное представлено только социальными (человеческими) отношениями. Куда девались пространства? Куда девались вещи? Почему не рассматриваются актанты («нечеловеки», технические объекты, заменяющие функции человека)? Если применить ANT к тому, как работает доверие, то мы увидим некоторые интересные ситуации.

Во-первых, человек постоянно антропоморфизирует окружающий мир, и теперь он доверяет / не доверяет не только людям, но и техническим системам, очеловечивая их. Самое любопытное, наверное, отношение человека и автомобиля (это для многих мужчин — а теперь и для женщин — самый живой объект из всего неживого). Автолюбители одушевляют машину, придают ей пол, разговаривают с ней, уж точно злятся на нее, если случается поломка, и очень зависят от надежности техники, и в результате — доверяют и не доверяют технике. Происходит даже

некоторое сращивание технических объектов и человека в единую социальную систему (пассажиры часто не отделяют водителя от его машины), и доверие оказывается такой социотехнической системе, а не человеку. Очень забавно обратное, когда машина уже не доверяет человеку, например, мой компьютер, не доверяя мне, все время переспрашивает: «Вы действительно хотите это удалить?» Во-вторых, доверие человеку в его профессиональной роли всегда предполагает соединение ролевого поведения с вещественной и технической средой (врача обозначает вечно болтающийся на шее и по большому счету ненужный стетоскоп). Чтобы признать профессиональную роль, мало человеку ее правильно разыгрывать, нужны еще и атрибуты этой роли — опять система вещей, то есть сеть, соединяющая человека и вещи. В одном из итальянских фильмов показывают такой случай: к театру подгоняется грузовик-фургон, распахиваются его двери, хорошо вписавшиеся в вестибюль театра, внутри грузовика оборудована вешалка, точно как настоящая, посетители, толкаясь сдают пальто и шубы, получая в качестве подтверждения номерок, потом после начала спектакля мошенники закрывают дверцы фургона и уезжают. Что заставило посетителей поверить мошенникам? Только эти атрибуты ролевого поведения, все устроено — вся система вещей — как обычно в театре: вешалки, номерки, гардеробщики устало выполняют свою работу, люди и не могут предположить обман — они привыкли доверять такой системе, ведь обычно она работает. Итак, сетевая конструкция теперь предполагает не только личные или безличные отношения людей, а «люди — вещи — пространства» соединяются в единую сеть, что и является основанием для доверия.

Теперь еще некоторые замечания к соотношению сетевого и институционального доверия. Вряд ли возможно, как это делает Грановеттер, говорить о некотором едином типе экономических отношений, которым и соответствует определенный тип доверия. Вслед за непревзойденным мастером экономической истории и социологии Фернаном Броделем мы можем выделить сегодня как минимум три типа экономических отношений: *материальная жизнь* (повседневные экономические отношения в рамках домашнего хозяйства); *рыночные экономические отношения*; и *капитализм*. Все отношения работают по разным законам,

у них разная скорость изменений, им соответствуют свои типы социальных отношений.

Повседневная экономическая (материальная) жизнь связана с домашним миром хозяйства, там господствует установленное разделение домашнего труда и обязанностей, все друг другу знакомые люди (раньше большая патриархальная семья, а сейчас нуклеарная — только родители и дети, но такая семья связана в единое целое сетью более широких родственных отношений), рыночные принципы — денежный расчет, эффективность, конкурентность — здесь не работают, зато хорошо работают реципрокные отношения, когда все готовы помогать друг другу (что не исключает и конфликты иногда). Часто практикуется бюджетный способ хозяйствования — все деньги (или почти все, исключая разного рода «заначки») складываются в общий бюджет и распределение осуществляется по потребностям. (Часто, например, в России это две трети населения, никаких накоплений не осуществляется.) Моральные отношения господствуют над экономическими — понятие долга и обязанностей выше понятий заработка и выгоды. Соответственно, доверие естественным образом существует в домохозяйстве как общее коллективное чувство, оно не требует индивидуальной рационализации и не рефлексируется. Доверие поддерживает существование семьи, если оно исчезает и его место занимает подозрительность, то семья распадается.

Рыночная экономика предполагает другие принципы: хозяйство денежное, конкурентное, все ориентируются на ценовые механизмы, спрос и предложение носят безличный характер (в отличие от сегоднящнего дня средневековый городской ремесленник знал свой спрос в лицо), экономические агенты ориентируются на принципы эффективного хозяйствования (затраты не превышают результаты, положительным итогом деятельности является прибыль), рыночная экономика, как правило, предполагает наемный труд и предпринимательство, рыночные отношения регулируются институционально — государство выступает основным гарантом соблюдения «правил игры». Соответственно, доверие в рыночной экономике гораздо сложнее, чем в материальном повседневном мире: здесь доверие как общее чувство уже незначимо, доверие становится рациональной конструкцией

(агенту надо самому принять решение — участвовать в сделке или нет, понимая, что контракты в любом случае будут неполными, а перспективы судебной тяжбы туманны и дорогостоящи); доверие существенно упрощается, если экономические отношения переплетаются социальными сетями (о чем говорил Грановеттер и что действительно довольно широко распространено), и есть возможность использовать персонифицированные связи; однако базовым доверием здесь выступает институциональное доверие — экономический агент воспринимает контрагента как действующего согласно правилам ролевого поведения, заданного общей типической ситуацией; все экономические агенты рассчитывают на рациональное поведение других (включая следование своим собственным интересам в первую очередь и максимизацию собственной полезности, но еще и предполагая возможное оппортунистическое поведение), поэтому в рыночных условиях практикуется не полное доверие (как в семейных отношениях), а оптимальное, или баланс доверия / недоверия. Рыночные отношения предполагают и доверие к институтам — рынку, фирмам, банкам, биржам, информационным источникам, государству.

Капиталистическая экономика предполагает несколько иные принципы хозяйствования. В отличие от рыночной, здесь действует капитал — это не просто деньги, а большие деньги, соответственно, господствуют крупные и крупнейшие предприятия. Например, магазинчик, как говорят, «на колесах», которым владеет и управляет (с помощью пары гастарбайтеров) ИП (индивидуальный предприниматель), — это типичная рыночная экономика, а вот компания ИКЕА — это типичный глобальный капитализм, крупнейшая в мире мебельная компания. Это уже не национальная, а транснациональная корпорация, которая продает и производит глобальный продукт — один вид товаров (бокалы со звучным шведским названием «Свалка» или диваны «Ингвар») для всех стран и народов. Капиталистическая экономика живет по другим законам — конкуренция не так уж значима для нее (ну кто еще может конкурировать, в том числе и по ценам, с ИКЕА?), государство тоже (вот и ИКЕА покинула Швецию как место регистрации из-за высоких налогов), денежные средства легко получить в собственном банке (ИКЕА, например, даже не публичная компания — на рынке нет ее акций). Единственное,

что нужно капитализму, — это громадный массовый спрос, вот он и создается искусственно. Подумайте, разве была у людей потребность все время разговаривать по мобильному телефону, такая необходимость была разве что у биржевых брокеров, так вот эта потребность была искусственно смоделирована капиталистическим миром производителей телефонов и сотовыми операторами, а общество с удовлетворением восприняло эту потребность как свою. Так мир капитализма с его постоянными инновациями и рекламой идет впереди потребителя и прокладывает ему путь. Доверие в капиталистическом экономическом мире — это доверие массового потребителя товарным маркам и брендам (это доверие создается и тиражируется через средства массовой информации); это определенного вида сетевое доверие — сеть производителей, торговцев и банкиров, формирующих единую монополистическую систему (например, если взять автомобилестроение, то крупных производителей наберется не больше сотни в мире); как правило, в эти неформальные сети часто вплетается государство или его отдельные (находчивые) представители; наконец, капиталистическое доверие приобретает новую форму личного доверия — если мы покупаем продукцию Apple, то за ней стоит (все еще) гений Стива Джобса, если приобретаем диван в ИКЕА, то — отец-основатель Ингвар Компрад, если Майкрософт, то Билл Гейтс и т.д. Но конечно, такое персонифицированное представительство торговых марок не отменяет институционального доверия — капиталистическое доверие в еще большей степени основано на доверии к институтам, символическим системам и экспертному знанию. Капитализм, как утверждают теперешние марксисты, основан на жесткой эксплуатации как природы, так и человека, он создает конфликты и недоверие между социальными классами. Однако Люк Болтански и Ив Кьяпелло в своей замечательной книге «Новый дух капитализма» [Болтански, Кьяпелло, 2011] показали, что капитализм и в наше время конструктивно отвечает на критику, видоизменяется, замечательно приспосабливаясь к новым требованиям, и становится еще более сильным, чем прежде.

Заключение

В социологии и экономической науке в разное время и разными путями создавалась и продолжает развиваться концепция доверия. И социальные отношения, и экономическая жизнь не могут существовать сегодня без доверия. Доверие вместе с понятием неравновесности и настроением инвесторов начинает постепенно занимать свои позиции в макроэкономике. Другое направление исследования доверия в экономике связано с категорией «неопределенность». Впервые проблема доверия была явно представлена в новой институциональной теории экономики.

Существуют разные типы и виды доверия: в семье и на уровне отдельных домохозяйств работает *личностное доверие*; в рыночной экономике важным становится *институциональное доверие* — доверие самим рыночным институтам (деньгам, банкам, биржам, фирмам), государству и его политическим, юридическим и социальным институтам; там, где экономические отношения и социальные тесно переплетаются, на сцену выходит *сетевое доверие* (причем важно понимать, что сети формируются не только в межличностных отношениях, в сети включаются и вещи, и технические объекты, и пространства); в капиталистическом мире доверие трансформируется в *доверие символическим системам* — торговым маркам и товарным брендам, системам экспертного знания. В сегодняшнем мире доверие становится также моральной конструкцией, которая так или иначе вытесняет другие моральные категории (в том числе и веру), занимая все больше места в моральном пространстве общества.

Сегодня базовым является не сетевое, а институциональное доверие. Оно предполагает типичные экономические операции, в которых люди разыгрывают стандартные экономические (они же социальные) роли, и доверие здесь все больше становится не личностного, а ролевого типа. Концепция сетей, которая выдвигается в ANT (акторно-сетевой теории) Бруно Латура и Мишеля Каллона, предполагает не только личные или безличные отношения людей, но в ней соединяются в единую сеть «люди — вещи — пространства», что и является основанием для доверия.

© Веселов Ю.В., 2013

Глава 10. Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные и половые различия

Введение

В настоящее время феномен доверия по-прежнему вызывает большой интерес у социальных психологов, хотя ему уже были посвящены многие крупные исследования в России [Антоненко, 2004; Зинченко, 1998; Купрейченко, 2008; Сафонов, 1978; Скрипкина, 1997] и в США [Селигмен, 2002; Шо, 2000; Lewicki et al., 1995; 1997]. В этих исследованиях доверие преимущественно рассматривается как межличностный феномен, что вполне естественно. В то же время доверие становится важным фактором взаимодействия личности с большими социальными группами и организациями (общественными структурами, объединениями и т.п.). Такое исследование[1] было предпринято на примере предпринимателей, тесно связанных с различными видами организаций, государственными и негосударственными (частными, предпринимательскими и т.п.), в 1996 г. и отражает состояние феномена доверия предпринимателей в этот период истории России. Программа этого исследования послужила основой целого ряда последующих работ, в том числе и представленной в следующей главе настоящей монографии.

Основные *задачи* данного исследования:

- выделить типичные обыденные представления предпринимателей о феномене доверия;
- изучить доверие предпринимателей к разным социальным объектам: государственным и негосударственным (частным, предпринимательским) организациям;

[1] Исследование проведено под руководством А.Л. Журавлева в Институте психологии РАН в 1996 г. В опросе предпринимателей принимали участие Ю.А. Лунев, В.П. Позняков, В.В. Спасенников, В.А. Сумарокова, Е.И. Чердымова и др. Обработка данных выполнена Л.В. Ключниковой.

- выявить региональные особенности в проявлении доверия предпринимателей к разным видам организаций;
- рассмотреть влияние пола предпринимателей на их доверие к разным видам организаций.

Программа исследования

Объект. В исследовании приняли участие 196 предпринимателей, которые делятся по *полу* в следующей пропорции: мужчины составляют 65,8% общей выборки, а женщины — 34,2%. По *территориальному (или региональному) признаку* общая выборка включает 100 человек — предпринимателей-москвичей и 96 человек — из других регионов России (городов Калуга, Курск, Самара).

По *возрасту* выборка распределилась следующим образом: до 25 лет — 13,27%, 26–30 лет — 19,39%, 31–35 лет — 18,88%, 36–40 лет — 18,37%, 41–45 лет — 15,82%, 46–50 лет — 11,73% и свыше 50 лет — 2,55%, то есть большую часть выборки (72,46%), составляют предприниматели в самом трудоспособном возрасте от 26 до 45 лет.

В данной разнородной выборке широко представлены различные *сферы предпринимательства,* например: розничная торговля — 42,3%, сфера обслуживания — 21,4%, производство — 10,7%, оптовая торговля — 6,1%, информационные услуги — 4,1%, банковское дело — 3,1% и другие сферы — 12,3%.

Методика. В исследовании использовался очный (лицом к лицу) стандартизированный опрос с применением 7-балльной шкалы. Вопрос о доверии предпринимателей формулировался следующим образом:

«*Оцените, пожалуйста, уровень Вашего доверия к ниже указанным видам организаций. Оценку произведите по 7-балльной шкале, где: "1" означает очень низкий уровень доверия, а "7" — очень высокий. Обведите кружком цифру, соответствующую уровню Вашего доверия к каждому из двух видов организаций*»:

а) доверие к государственным организациям

Очень низкий			Средний			Очень высокий
1	2	3	4	5	6	7

б) доверие к предпринимательским организациям

Очень низкий			Средний			Очень высокий
1	2	3	4	5	6	7

Данный вопрос и шкала входили в более общую программу социально-психологического исследования региональных особенностей развития предпринимательства в России. Этой программой фактически продолжались ранее выполнявшиеся исследования [Журавлев, Позняков, 1993; 1995*а*]. В связи с использованием вышеприведенной шкалы необходимо сделать два замечания. Во-первых, в основу выделения видов организаций (объектов доверия) положена не какая-то принятая их классификация, например, по основным формам собственности (и это можно было бы реализовать в исследовании), а эмпирическим путем выделенное в ходе исследования группирование организаций в обыденном сознании самих предпринимателей. Сделано это с целью достижения удобства (легкости) оценивания доверия к понятным для предпринимателей видам организаций. Интересующие нас, в частности, различия в формах собственности предприятий практически сохранялись в основе такого разделения организаций.

В представлении предпринимателей к группе «государственных организаций» относятся прежде всего самые различные органы власти, с которыми неизбежно им приходится иметь дело, а также разнообразные госпредприятия, ставшие или становящиеся партнерами по бизнесу. «Предпринимательские организации» включают прежде всего предприятия малого и среднего бизнеса (по формам собственности это ТОО (или ООО), АОЗТ, кооперативы, ПБОЮЛ (или бывшие ИЧП) и т.п., а также различные предпринимательские ассоциации, объединения и т.п.

Во-вторых, в процессе оценивания уровня доверия по шкале нередко обнаруживалось, что предприниматели фактически дают оценку отдельным представителям той или иной группы организаций, с которыми они чаще всего взаимодействуют. Это известный и естественный социально-психологический механизм переноса (или смещения) оценки с отдельного представителя группы на всю группу, к которой он принадлежит в представлении оценивающего. В данном исследовании ни по первой,

ни по второй позиции никакой дифференцированной (или специализированной) оценки не проводилось.

Результаты исследования

Обыденные представления предпринимателей о феномене доверия. Одной из предварительных задач, которые решались в данном исследовании, было выделение наиболее *типичных обыденных представлений* предпринимателей о доверии, сложившихся на уровне их обыденного сознания, или так называемые житейские представления. Был выполнен устный экспресс-опрос 20 предпринимателей, первичные результаты которого в виде нестрогих суждений были проанализированы по их содержанию с помощью качественного контент-анализа. В конечном результате были выделены наиболее типичные представления о доверии следующего содержания:

- качество отношения к другому человеку, группе лиц или организации в целом, в основе которого лежит *оценка* отдельного человека и представителей групп или организаций как людей честных, правдивых, искренних и т.п., то есть наделенных определенными качествами (такое представление условно можно назвать «доверие как оценка»);
- процесс *передачи* другому человеку, группе лиц или организаций *значимой для передающего информации*, секретов, различных материальных ценностей, финансов, бумаг и т.п. при полной убежденности в их неразглашении третьей стороне или возможности их возврата (то есть «доверие как процесс передачи»);
- качество поведения по отношению к другому человеку, группе лиц или организаций, характеризующееся *опорой, полаганием* на них в жизнедеятельности человека («доверие как полагающееся поведение»);
- состояние короткой психологической дистанции между людьми, их *психологическая близость* друг с другом, переживания социальных чувств «мы», «свои» и т.п. («доверие как групповое состояние»).

Учитывая близкую частоту использования предпринимателями вышеперечисленных вариантов содержания доверия, мы не сочли возможным предпочесть какой-то из них, а дифферен-

цировать все обыденные представления об этом феномене означало бы серьезное усложнение последующей программы эмпирического исследования предпринимателей. Поэтому ниже под доверием будет пониматься интегральное представление, предполагающее и допускающее разные смыслы этого феномена, предпочитаемые самими предпринимателями. Однако в данном исследовании респонденты преимущественно имели в виду первый смысл, то есть доверие как оценка большинства представителей организации как честных, правдивых, искренних людей.

В контексте нашего исследования представляется более важным дифференцировать доверие предпринимателей по его объекту, а именно к государственным организациям или их представителям и к частным, предпринимательским организациям или их представителям.

Доверие предпринимателей к разным видам организаций. В табл. 1 приводятся данные распределения уровня доверия опрошенных предпринимателей к государственным и предпринимательским видам организаций, а также средние значения оценок их доверия.

Полученные данные свидетельствуют, что наиболее *высокочастотными оценками* доверия предпринимателей к госорганизациям являются 1–2 балла (31,6% выборки). Такие же оценки их доверия к предпринимательским организациям встречаются в 2 раза реже (16,0%). Доверие к предпринимательским структурам с высокой частотой (51,5%) оценивается в 3–4 балла по 7-балльной шкале, что практически в 1,5 раза чаще таких же оценок доверия к государственным организациям.

Таблица 1

Распределение оценок уровня доверия предпринимателей к разным видам организаций (N = 196 человек, % опрошенных)

Вид организации	Баллы							*M*, баллы
	1	2	3	4	5	6	7	
Доверие к государственным организациям	8,1	23,5	18,9	16,3	10,7	1,5	1,0	2,67
Доверие к предпринимательским организациям*	4,8	11,2	21,4	30,1	13,3	7,7	0,5	3,41

**Примечание*: 1% респондентов отказались оценить доверие к предпринимательским организациям.

Оценка доверия в 5 баллов фактически не обнаружила сильных различий в частоте, а далее по шкале (то есть оценка 6–7 баллов) разница усиливается снова. Если оценки доверия к госорганизациям в 6–7 баллов редки (2,5%, или 5 предпринимателей из общей выборки в 196 человек), то к предпринимательским организациям такой высокий уровень доверия встречается примерно в 3 раза чаще (8,2%).

На основании приведенных распределений оценок можно заключить, что на общей выборке доверие предпринимателей к государственным структурам и предприятиям оценивается преимущественно как очень низкое, а к предпринимательским структурам и предприятиям — преимущественно как доверие среднего уровня. Главный результат состоит в том, что обнаружены различия в уровнях доверия предпринимателей к разным видам организаций.

Наряду с констатацией таких различий в уровне доверия можно предположить и разный *психологический тип доверия*, проявляемого предпринимателями к различным видам организаций. Проявляя при количественной оценке доверия один и тот же уровень доверия, предприниматели фактически выражают качественно различное психологическое содержание доверия к предпринимательским и государственным организациям. Если использовать дифференциацию на три психологических типа доверия (по расчету, основанное на знании и на тождестве), которую предложили Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер [Lewicki et al., 1997], то доверие к предпринимательским организациям характеризуется прежде всего вторым типом, то есть основанном на знании того объекта (организации), которому предприниматель доверяет или не доверяет. Именно к такой интерпретации подвигают многочисленные комментарии самих предпринимателей, что называется, по ходу опроса. Их хорошее знание законов функционирования и развития предпринимательской организации позволяет им дифференцировать то, чему можно доверять, и то, чему нельзя, кому можно доверять и кому нельзя, в какой ситуации можно доверять и в какой нельзя, и т.д. Кстати, в большинстве своем предприниматели хорошо осознают, что они «доверяют тем, кого хорошо знают и с кем можно иметь дело», поэтому и оценивают выше уровень своего доверия к предпринимательским организациям.

Но несмотря на более высокий уровень доверия, изучавшиеся предприниматели не относятся к предпринимательским организациям с доверием, основанным на тождестве, то есть с третьим, высшим типом доверия. Автоматического отождествления себя с предпринимательскими организациями не происходит, когда речь идет о доверии к ним. И это достаточно часто выражается предпринимателями через высказывания типа: «*Я веду более честную игру по сравнению с другими*», «*Мошенничество среди предпринимателей встречается нередко*», «*У меня есть принципы, строгие правила, а это есть не у всех*» и т.д.

Доверие к государственным организациям у них в первую очередь основано на расчете, а затем на знании, потому что от этого вида организаций им обычно что-то необходимо. Уровень их доверия определяется точностью расчета, степенью соответствия их ожиданий и сложившихся реалий и т.п. У приведенных выше авторов [Lewicki et al., 1997] психологический тип доверия по расчету находится ниже по качественному уровню по сравнению с доверием, основанным на знании. С этим положением хорошо согласуются полученные в нашем исследовании результаты.

Необходимо также отметить, что не обнаружено явно выраженной *поляризации* в рассматриваемых видах доверия по объектам (организациям), предположения о существовании которой (то есть поляризации) можно нередко встретить в средствах массовой информации и популярной литературе о предпринимательстве. Якобы очень низкое доверие предпринимателей к государственным структурам сочетается с высоким доверием в предпринимательской среде. Полученные данные на общей выборке это не подтверждают.

Более того, анализ результатов позволяет обнаружить даже *общую тенденцию* некоторого *смещения оценок по шкале* в зоны средних и низких значений. Например, в оценках доверия к государственным организациям 97,45% предпринимателей, то есть подавляющая часть выборки, используют оценки от 1 до 5 баллов. Практически то же самое наблюдается в распределении оценок доверия к предпринимательским организациям: ту же часть шкалы используют 90,82% предпринимателей. То есть очень высокий уровень доверия (6–7 баллов) к первому виду организа-

ций встречается лишь у 2,5% предпринимателей, а ко второму — у 8,2%. Такие смещения оценок могут свидетельствовать об отсутствии высокого уровня доверия предпринимателей к различного рода организациям, как государственным, так и предпринимательским. Об этом свидетельствуют и средние значения оценок доверия предпринимателей к государственным (M = 2,67) и предпринимательским (M = 3,41) организациям. При существенной их разнице между собой оба средних значения находятся в левой половине шкалы (от 1 до 3,5 балла), то есть в зоне низких и средних оценок доверия. Необходимо отметить также, что показатели разброса индивидуальных оценок доверия предпринимателей к разным видам организаций чрезвычайно близки друг к другу: $\sigma_{гос.орг.}$ = 1,467; $\sigma_{предпр.орг.}$ = 1,473. Следовательно, полученную разницу в доверии предпринимателей к двум рассматриваемым видам организаций можно оценивать как достаточно надежную.

В целом можно заключить, что *предпринимательская субкультура отношений* с другими людьми, группами или организациями характеризуется средним и низким уровнями доверия. Такое заключение не снимает предположение о *высокой избирательности* предпринимателей в проявлении доверия, то есть высокое доверие с их стороны может иметь место, но как низкочастотный феномен и проявляющийся к узкому кругу лиц, социальных групп или организаций.

Региональные особенности в проявлении доверия российских предпринимателей. Общую выборку предпринимателей (196 человек) целесообразно разделить на две сопоставимые территориальные группы (это предполагалось на стадии планирования и организации исследования): предприниматели-москвичи (100 человек) и предприниматели из разных регионов России (Калуга — 25, Курск — 36 и Самара — 35 человек, всего — 96 человек), которых ниже будем условно называть «региональные предприниматели» в отличие от московских, хотя по существу речь идет лишь о разных российских регионах (московском и немосковском).

Оценки уровня доверия территориальных групп предпринимателей к разным видам организаций приведены в табл. 2.

Таблица 2

Распределение оценок уровня доверия предпринимателей разных территориальных групп к различным видам организаций (москвичи, N = 100 человек; регионы России, N = 96 человек; % опрошенных)

Виды организаций	Баллы						
	1	2	3	4	5	6	7
Москвичи							
Доверие к государственным организациям	23,0	21,0	20,0	24,0	8,0	2,0	2,0
Доверие к предпринимательским организациям	14,0	12,0	24,0	29,0	12,0	6,0	1,0
Регионы России							
Доверие к государственным организациям	33,3	26,0	17,7	8,3	13,6	1,1	-
Доверие к предпринимательским организациям	15,6	10,4	18,8	31,2	14,6	9,4	-

Полученные данные свидетельствуют о том, что существуют принципиальные различия в проявлении доверия предпринимателей, занимающихся бизнесом в Москве или в регионах России.

Во-первых, эта разница касается их доверия к государственным организациям. Самой высокочастотной у москвичей является средняя оценка (4 балла), которую выразили 24,0% из них, и только следующей по частоте идет предельно низкая оценка (1 балл), региональные же предприниматели в 33,3% ответов выразили очень низкое доверие к государственным организациям. Такие распределения неизбежно сказались и на разнице средних показателей доверия к государственным организациям: для москвичей: $M = 2{,}87$, а для региональных предпринимателей: $M = 2{,}46$. Полученная разница средних значений для изучавшихся выборок является достоверной и принципиальной. Следовательно, доверие предпринимателей к государственным организациям в целом значимо выше в Москве, чем в регионах.

Во-вторых, если сравнивать распределения оценок уровня доверия к государственным организациям, то можно выделить тенденции, заслуживающие внимания. Предприниматели-москвичи в подавляющей своей части (88,0%) используют оценки 1–4 балла, причем практически равномерно распределяясь по этим четырем оценкам (см. табл. 2). Иное распределение обнаружено в группе региональных предпринимателей: оно не только

неравномерное, но и выделяется особая группа предпринимателей (13,6%), которая выражает высокое доверие к госпредприятиям на уровне 5 баллов, что по частоте выше, чем средняя оценка в 4 балла, которая встречается лишь в 8,3% случаев. Более того, такое высокое доверие к госорганизациям встречается в регионах чаще, чем у москвичей (только 8%). Эти данные, скорее всего, объясняются тем, что в регионах России существуют предприниматели, тесно связанные с государственными структурами и предприятиями. Они могут быть совсем недавними выходцами из государственных организаций и теснее, чем в Москве, связанными с ними, а возможно, и совмещающими разные виды деятельности. То есть доверие к представителям госорганизаций у этой группы предпринимателей становится по типу «доверять самим себе», отсюда и идет повышение оценок уровня доверия.

Однако такое объяснение, относящееся только к одной из выделенных подгрупп (13,5%) из выборки региональных предпринимателей, может служить в какой-то степени приемлемой схемой объяснения и более высокого доверия к государственным организациям в среде московских предпринимателей в целом: в Москве предприниматели и представители госорганизаций, возможно, теснее взаимодействуют друг с другом.

Что же касается доверия к предпринимательским организациям, то в этом обнаружены более сходные оценки у москвичей: $M = 3{,}36$, а у региональных предпринимателей: $M = 3{,}47$. Небольшая разница в средних оценках получена за счет некоторого смещения оценок доверия к предпринимательским структурам в сторону средних и высоких значений у региональных предпринимателей по сравнению с московскими. Поэтому можно отметить как тенденцию более доверительные отношения в социальной группе региональных предпринимателей друг с другом.

Таким образом, при сравнении предпринимателей-москвичей и региональных, обнаружены *контрастные оценки доверия* к разным видам организаций со стороны региональных предпринимателей: меньший по сравнению с москвичами уровень доверия к государственным организациям и больший по сравнению с москвичами уровень доверия к предпринимательским организациям. В отличие от них московские предприниматели характеризуются более умеренными и близкими оценками доверия

к разным видам организаций, то есть имеет место менее дифференцированная оценка уровня доверия к ним.

Полученные данные в некоторой степени позволяют предположить наличие в регионах России более напряженных межгрупповых отношений между группой предпринимателей, с одной стороны, и группой представителей государственных структур и предприятий — с другой, что и выразилось в некоторых контрастных оценках уровня доверия на фоне оценок московских предпринимателей. Кстати, очень важно подчеркнуть, что выявляется данный феномен (контраст оценок) только при сравнении территориальных групп (москвичей и немосквичей), а не оценок доверия к разным видам организаций на общей выборке предпринимателей, где полярные оценки не были обнаружены.

И еще необходимо сказать об одном важном моменте. Если полагаться на мнение о том, что экономические реформы в Москве опережают то, что делается в других российских регионах, то обнаруженный контраст доверия к разным видам организаций отражает определенное региональное социально-экономическое состояние, поэтому по мере экономических изменений оценки уровня доверия могут становиться менее контрастными и более умеренными. Однако это должно стать следствием снижения межгрупповой напряженности. Но пока это лишь некоторое предположение.

Если же в целом социально-экономическую среду в регионах России оценивать по сравнению с Москвой как менее благоприятную для развития предпринимательства, то именно этим можно объяснить несколько меньшее доверие, выраженное к разным организациям региональными предпринимателями (M = 2,96 по 7-балльной шкале), по сравнению с доверием, характерным для московских предпринимателей (M = 3,11). И это на первый взгляд может противоречить существующим представлениям на уровне обыденного сознания, что доверие между людьми в российских провинциях выше, чем в столицах (Москве и Санкт-Петербурге).

Полученные результаты можно было бы объяснить следующим образом. Во-первых, сложившиеся обыденные представления об уровне доверительных отношений между людьми в Центре и регионах России, которые в данном контексте нами не под-

вергаются пересмотру, нельзя распространять на любые социальные группы, в частности, на предпринимателей, доверительные или недоверительные отношения которых, по нашему мнению, в большой степени зависят по сравнению с другими группами населения от экономических условий жизнедеятельности.

Зависят в том смысле, что, например, улучшение экономических условий жизни может приводить к возрастанию доверия предпринимателей к другим людям и организациям (в первую очередь в связи со снижением уровня предпринимательского риска), и, наоборот, ухудшение экономических условий может вызвать снижение уровня их доверия. Действительно, предприниматели как социальная группа чрезвычайно зависимы от социально-экономических условий, благоприятность / неблагоприятность которых может приводить к развитию и процветанию или к рецессии и полному провалу (банкротству) их бизнеса. Поэтому данную специфику социальной группы предпринимателей необходимо учитывать при интерпретации полученных данных о более низком в целом уровне доверия региональных предпринимателей к разным видам организаций по сравнению с московскими.

Во-вторых, можно предположить существование различий в проявлении межличностного доверия, в терминологии Р. Левицки и др., и доверия к формальным организациям, что может непосредственно относиться к изучавшимся группам предпринимателей. А по уровню межличностного доверия предприниматели-москвичи и региональные предприниматели могут характеризоваться противоположно тому, что было описано выше, то есть региональные предприниматели, может быть, проявляют выше, чем москвичи, межличностное доверие, но при этом ниже — доверие к формальным организациям. Тем более что в регионах психологическое (но значительно реже политическое) противостояние личности и власти может быть выражено сильнее, чем в Центре.

Таким образом, полученные в ходе опросов предпринимателей результаты не следует рассматривать как противоречащие сложившимся традиционным представлениям о том, что в российских регионах люди проявляют более высокое доверие друг к другу.

Влияние фактора пола на проявление доверия предпринимателей к различным организациям. В данном исследовании приняли участие 65,8% мужчин и 34,2% женщин, но, несмотря на асимметричность распределения, оно вполне позволяет сопоставлять их оценки друг с другом. Полученные данные приведены в табл. 3 (распределение данных по двум факторам кросстабуляции).

В результате анализа распределений по двум факторам одновременно обнаружены половые различия в проявлении уровня доверия предпринимателей к различным видам организаций.

Таблица 3

Распределение уровня доверия предпринимателей к государственным и предпринимательским организациям с учетом фактора пола (N = 196 человек, % опрошенных)

Доверие предпринимателей разного пола	Баллы						
	1	2	3	4	5	6	7
Доверие к государственным организациям							
Мужчины	24,62	23,85	22,30	16,92	10,00	0,77	1,54
Женщины	35,92	23,44	9,38	15,63	12,50	3,13	0,00
Доверие к предпринимательским организациям							
Мужчины	12,40	9,30	23,32	34,10	10,82	10,06	0,00
Женщины	20,63	15,88	17,46	22,23	19,05	3,17	1,58

Во-первых, в группе женщин-предпринимателей распределение практически 60% оценок доверия к государственным организациям концентрируется в очень низкой зоне (1 и 2 балла). В группе мужчин-предпринимателей оценки распределяются более-менее равномерно по большей части шкалы (1–4 балла). Следовательно, в качестве важной тенденции обнаружено: женщины-предприниматели в меньшей степени, чем мужчины, оценивают уровень своего доверия к государственным структурам и предприятиям.

Во-вторых, половые различия в проявлении уровня доверия к предпринимательским организациям выявлены в двух зонах распределения оценок: средней (3–4 балла) и низкой (1–2 балла). 57,42% предпринимателей-мужчин оценивают свое доверие к этим организациям на среднем уровне, в то время как женщины выражают средний уровень доверия только в 39,69% ответов.

Эта разница превышает примерно в 4–5 раз допустимый уровень ошибки в такого рода исследованиях. В зоне же низких оценок доверия (1–2 балла) получена обратная картина. Женщины-предприниматели чаще (36,51%), чем мужчины (21,70%), низко оценивают уровень своего доверия к предпринимательским структурам и организациям. В зоне высокого доверия (5–7 баллов) значимых половых различий практически не обнаружено (разница в пределах лишь 3,0%).

Следовательно, отмеченная выше тенденция в проявлении низкого уровня доверия женщин-предпринимателей к госорганизациям повторяется и по отношению к предпринимательским структурам и предприятиям. По-видимому, поло-ролевые стереотипы по отношению к женщинам в бизнесе примерно одинаково проявляются и в тех и других видах организаций, поэтому к ним женщины выражают примерно одинаковый (а именно низкий) уровень доверия. Последнее объясняется тем, что женщины в бизнесе ведут себя в общем более настороженно, переживая легкое чувство опасности, некоторый страх быть обманутой, — все это в целом снижает доверие к организациям. По-видимому, здесь сказывается их представление об ожиданиях со стороны социального окружения (в том числе с которым они имеют деловое взаимодействие), «отягощенного» действием поло-ролевых стереотипов. Причем не столько реально действующих стереотипов, сколько имеющих место в представлениях женщин-предпринимателей. Если же в поведении им ориентироваться на прогнозируемое ими действие стереотипов, то получается, что «предпринимательская деятельность — это не совсем женское дело». Ожидая со стороны социального окружения настороженное и недоверчивое отношение к себе как к предпринимателю, женщины сами начинают относиться к нему настороженно и недоверчиво. Описанный здесь психологический механизм можно назвать «*механизмом рефлексивного недоверия*».

Женщины-предприниматели считают (а главное, ожидают), что действие поло-ролевых стереотипов сильнее в государственных организациях, отсюда и возникает несколько более настороженное и менее доверчивое отношение к ним по сравнению с уровнем их доверия к предпринимательским организациям (предприятиям, объединениям, ассоциациям и т.п.).

Заключение

По содержанию обыденных представлений предпринимателей о феномене доверия выделены четыре основных типа доверия, функционирующих в обыденном сознании, — доверие как отношение (оценка), как процесс передачи значимого, как реальное полагающееся поведение и как групповое состояние. Однако чаще всего имеется в виду доверие в смысле оценки другого человека, группы или организации (через их представителей) как честных, правдивых, искренних и т.п.

Выявлены значимые различия уровней доверия предпринимателей по отношению к государственным и предпринимательским организациям. Они больше доверяют предпринимательским организациям в целом или их представителям в отдельности по сравнению с доверием к государственным организациям (или их представителям).

Обнаружены значимые региональные различия в уровнях доверия предпринимателей: москвичи доверяют госорганизациям и их представителям больше, чем предприниматели других изучавшихся регионов России. Это объясняется тем, что в Москве предприниматели-москвичи более тесно взаимодействуют с государственными органами власти. Оценки доверия к предпринимательским организациям у предпринимателей-москвичей и немосквичей ближе друг к другу, хотя в качестве тенденции выделены более доверительные отношения в группе региональных (не столичных) предпринимателей.

Предприниматели как социальная группа в целом характеризуются невысокими (низкими и средними) показателями доверительного отношения к различным видам организаций. При этом, однако, региональные предприниматели проявляют несколько меньшее доверие к организациям по сравнению с москвичами, что, скорее всего, объясняется конкретными социально-экономическими условиями жизнедеятельности.

Обнаружено влияние фактора пола на проявление доверия предпринимателей: в целом женщины ниже оценивают уровень своего доверия как к государственным, так и к предпринимательским организациям, однако на отношении к госорганизациям фактор пола сказывается значительнее.

© Журавлев А.Л., Сумарокова В.А., 2013

Глава 11. Динамика доверия российских предпринимателей к различным организациям[1]

Введение

Феномен доверия играет важную роль в сфере бизнеса, поэтому привлекает все большее внимание специалистов в области не только социальной [Антоненко, 2006; Журавлева, 2004; Зинченко, 1998; Сафонов, 1981; Селигмен, 2002; Скрипкина, 1998 и др.], но и экономической психологии [Журавлев, Купрейченко, 2003; Изюмова, 2009; Купрейченко, 2008; Позняков, 2007; Табхарова, 2008; Шихирев, 2003; Шо, 2000 и др.]. Применительно к сфере бизнеса доверие определяется Л. Хосмером как «оптимистическое ожидание человека, группы или фирмы в условиях уязвимости и зависимости от другого человека, группы или фирмы в ситуации совместной деятельности или обмена с целью облегчения взаимодействия, ведущего к обоюдной выгоде» [Журавлев, Купрейченко, 2003, с. 216]. В этом определении доверия значимо, что в качестве субъектов и объектов отношений доверия могут выступать не только индивиды, но и социальные группы и организации. При этом доверие, будучи тесно связанным с такими неотъемлемыми атрибутами бизнеса, как неопределенность и риск, рассматривается как психологический фактор повышения экономического успеха (прибыли, выгоды и т.п.). Влияние этого фактора связано со снижением неопределенности и риска неудачи благодаря действиям партнера, направленным на соблюдение взятых на себя обязательств по защите прав и интересов обоих участников делового взаимодействия.

[1] В главе представлены результаты серии эмпирических исследований, посвященных изучению социально-психологических факторов доверия в среде российских предпринимателей. Текст подготовлен при финансовой поддержке РГНФ (Грант № 12-06-12042-в «Информационно-исследовательская база данных «Социальная психология российского предпринимательства»).

В связи с вышеизложенным нам представляется перспективным изучение феномена доверия с позиций теории социального обмена Д. Хоманса [Хоманс, 1984] и представлений о социальном капитале, интенсивно разрабатываемых в последние годы в ряде общественных наук, в том числе и в социальной психологии [Шихирев, 2003; Нестик, 2009; Лебедева, Татарко, 2007 и др.]. В рамках теории социального обмена учеными было сформулировано правило «распределенной справедливости», в соответствии с которым участники социального взаимодействия постоянно оценивают соотношение связанных с этим взаимодействием затрат и вознаграждений. Особенностью доверительных отношений как разновидности социального обмена является то, что они возникают в ситуации неопределенности и риска, когда оценка справедливости последствий обмена отсрочена во времени. В условиях неопределенности, ожидая соблюдения партнером взятых на себя обязательств, участники обмена жертвуют своими интересами и действуют в интересах партнера, не рассчитывая на получение немедленного и равноценного вознаграждения.

Формирование и поддержание доверительных отношений в бизнесе, беспокойство не только о сиюминутной выгоде, но и о перспективной полезности стабильных и надежных партнерских отношений могут рассматриваться как проявления деловой активности, связанной с приращением социального капитала, выгода от использования которого может быть отсроченной во времени, но очень существенной. Рассматривая социальный капитал как качество социальных связей, некоторые исследователи, например, Дж. Коулман, включают в число этих связей доверие и надежность: «...группа, внутри которой существует полная надежность и абсолютное доверие, способна совершить много больше по сравнению с группой, не обладающей данными качествами» [Шихирев, 2003, с. 18]. Анализируя природу социального капитала, П.Н. Шихирев отмечает, что отношения между людьми, подобно другим формам капитала, «приобретают в буквальном смысле цену, называемую ценностью, они могут возрастать в цене или обесцениваться в зависимости от массы факторов, по преимуществу коренящихся в более широкой системе социальных связей и структур» [Там же].

Имеющиеся в психологической литературе описания феномена доверия, а также эмпирические исследования позволяют выделить две принципиально различных составляющих этого явления. С одной стороны, доверие предполагает специфические переживания и определенное поведение по отношению к другому человеку, группе лиц или организации, основанные на оценке объекта доверия как надежного, правдивого, ответственного, и т.д. С другой стороны, доверие предполагает переживание психологической близости, приязни, общности (единства) с другим человеком, группой или организацией.

В понимании доверия как качества психологических отношений мы исходим из представления о двух основных сферах совместной жизнедеятельности людей. Понятие доверия может относиться как к сфере делового взаимодействия и деловых отношений, основой которых выступает трудовая деятельность субъектов, так и к эмоциональной сфере жизнедеятельности, в основе которой лежит общение. Качественное содержание феномена доверия в этих двух сферах существенно различается. Применительно к общению и эмоциональным отношениям доверие связано прежде всего с переживанием чувства приязни, близости, готовности поделиться сокровенными переживаниями, мыслями и чувствами, тогда как в деловой сфере доверие — это в первую очередь переживание надежности и ответственности партнера. Объектами доверительного отношения одного и того же человека в деловой и эмоциональной сферах могут выступать совершенно разные люди, поскольку доверие в межличностных отношениях с близкими людьми (друзьями, родственниками) существенно отличается от доверия в деловых отношениях с сотрудниками и партнерами. Доверие или недоверие к тем или иным организациям или их представителям также относится к сфере деловых отношений.

В качестве объектов доверительного отношения предпринимателей в деловой сфере могут выступать представители различных социальных групп и организаций: компаньоны, сотрудники, клиенты, потребители и т.д. В настоящей главе предпринята попытка сравнительного анализа доверия предпринимателей к двум видам организаций: государственным и предпринимательским. Основанием для рассмотрения именно этих видов организаций в качестве объектов доверительного отношения послу-

жили коллективные представления самих предпринимателей, описанные в исследовании А.Л. Журавлева и В.А. Сумароковой [Журавлев, Сумарокова, 1998, с. 259–260].

Исследование доверия предпринимателей к государственным и предпринимательским организациям обусловлено, с одной стороны, большой значимостью для развития бизнеса как взаимодействий предпринимателей с представителями государственных структур, так и их отношениями в предпринимательской среде, а с другой — существенными различиями отношений и взаимодействий в этих двух сферах (так, представители предпринимательской среды предположительно будут восприниматься и оцениваться предпринимателями как «свои»).

Новое российское предпринимательство проходит период интенсивного становления и развития. Исходя из предположения, что условия ведения бизнеса в России в значительной степени определяются региональными особенностями, а психологические отношения в среде российских предпринимателей — гендерной принадлежностью субъектов этих отношений, целью исследования стало изучение региональных и гендерных особенностей доверия российских предпринимателей к государственным и предпринимательским организациям и их динамики на рубеже XX–XXI вв.

Основные задачи исследования:

- изучить особенности доверия российских предпринимателей к государственным и предпринимательским структурам и предприятиям;
- выявить региональные и гендерные различия в проявлении доверия российских предпринимателей;
- проанализировать динамику изменения доверия российских предпринимателей к организациям разного вида.

Гипотезы исследования:

- Оценки доверия российских предпринимателей к организациям различного вида (государственным и предпринимательским) значимо различаются.
- Существуют региональные и гендерные различия в степени доверия предпринимателей к организациям различного вида.
- Основная тенденция в динамике доверия российских предпринимателей заключается в постепенном снижении раз-

личий, обусловленных региональными и гендерными факторами.

Сбор эмпирических материалов осуществлялся с помощью стандартизированного интервью по специально разработанной программе (см.: [Позняков, 2010]). Исследования выполнены при поддержке РГНФ (гранты № 01-06-18006е и № 08-06-03201е/р).

При анализе данных использовались следующие показатели:

- оценка предпринимателями их доверия к государственным структурам и предприятиям;
- оценка характера отношений к предпринимателям со стороны государственных органов власти;
- оценка предпринимателями их доверия к предпринимательским структурам и предприятиям;
- оценка предпринимателями надежности большинства партнеров по бизнесу.

При проведении корреляционного и факторного анализа учитывались также другие показатели, включенные в программу опроса.

Статистическая обработка данных включала анализ с применением критерия углового преобразования Фишера и *t*-критерия Стьюдента для парных выборок. В исследовании, проведенном в 1997 г., было опрошено 206 российских предпринимателей, занятых в сфере малого и среднего бизнеса на территории Москвы и Центральной России (100 респондентов — жителей Москвы и 106 представителей других регионов Центральной России).

В исследовании 2001 г. участвовали 285 российских предпринимателей, занятых в сфере малого и среднего бизнеса на территории трех регионов: Москвы, Центральной России и Сибири. Среди участников опроса было 197 мужчин и 88 женщин, в том числе: 125 предпринимателей из Москвы, 89 предпринимателей из городов Центральной России и 71 представитель частного бизнеса из Сибири.

В 2008 г. был проведен очередной исследовательский «срез» в Москве и регионах России. Общая численность выборки составила 835 респондентов различных возрастных групп. Для оценки динамики исследуемых показателей проводился сравнительный анализ данных, полученных в ранее проведенных опросах, начиная с 1992 г. (см.: [Журавлев, Позняков, 1995; Позняков, 2001]),

а также данные опроса 2010 г., проведенного на выборке московских предпринимателей.

Результаты исследования

Доверие предпринимателей к государственным организациям. Взаимное доверие имеет большое значение для конструктивного сотрудничества предпринимателей и представителей государственных органов власти. Оценка доверия предпринимателей к государственным организациям проводилась по 7-балльной шкале, полюсам которой соответствовали оценки «очень низкая» (степень доверия) — 1 балл и «очень высокая» — 7 баллов.

Средние значения оценок доверия оказались достаточно низкими (менее 3 баллов во всех опросах, кроме 1994 г., где они составили 3 балла) и мало изменились со временем (см. табл. 1). Однако анализ распределений оценок показывает, что от одного временно́го среза к другому снижается доля средних оценок (4 балла) и стабильно малой остается доля высоких (оценки в 6 и 7 баллов составляют менее 5% всех опрошенных). Наиболее высокочастотными оценками доверия предпринимателей к государственным организациям являются 1–3 балла, доля которых во всех опросах превышает 50%.

Результаты проведенных исследований показали, что в развитии своего бизнеса предприниматели отмечают серьезные трудности, связанные с противодействием и препятствиями со стороны центральных и местных органов власти. Обнаружена тесная взаимосвязь (на 1-процентном уровне значимости) между оценками предпринимателей отношения к ним со стороны государственных органов власти и степенью их доверия к государственным организациям.

По результатам факторного анализа было отмечено, что взаимоотношения с государственными органами власти стабильно выделяются в отдельный фактор, что косвенно свидетельствует об относительной независимости этого направления взаимоотношений предпринимателей от их взаимоотношений с представителями других социальных групп. Основными показателями, вошедшими в данный фактор на разных этапах исследования, стали:

- оценка предпринимателями отношения к ним со стороны государственных органов власти;
- оценка влияния центральных и местных органов власти на развитие предпринимательства;
- степень доверия предпринимателей к государственным структурам;
- оценка благоприятности экономических условий для предпринимательской деятельности.

Таблица 1

Распределение оценок степени доверия предпринимателей к государственным организациям и предприятиям (% опрошенных)

Год проведения исследования	Баллы							*M*, баллы
	1	2	3	4	5	6	7	
1992	26,0	26,0	18,0	22,0	2,0	4,0	2,0	2,18
1994	16,7	13,6	33,3	24,2	10,6	1,5	0	3,03
1997	23	21	20	24	8	2	2	2,87
2001	21,6	25,6	23,2	17,6	7,2	4,0	0	2,75
2008	20	23,4	26,7	23,3	3,3	3,3	0	2,77
2010	16,3	16,3	28,8	24,0	8,7	3,8	1,0	3,06

Полученные данные позволяют определить взаимоотношения с государственными структурами как вынужденный для предпринимателей, навязанный компонент внешних условий предпринимательской деятельности, оценка которого носит стабильно негативный характер.

Динамика взаимоотношений предпринимателей с представителями государственных органов власти. Сравнительный анализ распределений ответов, характеризующих оценку предпринимателями отношения к ним государственных органов власти, полученных в серии последовательных опросов (см. табл. 2), позволяет говорить о динамике этого показателя. С 1992 г. по 2008 г. наблюдается устойчивое снижение доли предпринимателей, отмечающих со стороны государственных органов как поддержку, так и противодействие. Можно сказать, что взаимоотношения органов власти и предпринимателей начинают восприниматься последними все более определенно: снижается доля предпринимателей, которые отмечают поддержку со стороны государствен-

ных органов власти, и возрастает доля опрошенных, ощущающих противодействие и препятствия в работе. Наиболее отчетливо эта тенденция проявилась в ходе опроса 2008 г., когда на противодействие указало 70% опрошенных. На всем протяжении 2000-х годов доля опрошенных, отмечающих противодействие со стороны государственных органов, остается высокой (от 46 до 70%). Однако по результатам опроса 2001 г. вновь увеличивается доля респондентов, отмечающих со стороны государственных органов власти не только противодействие, но и поддержку. По данным опросов 2001–2008 гг. доля респондентов, отмечающих поддержку со стороны государственных органов власти, не превышает 15%. При этом существенно увеличивается доля тех, кто отмечает постоянное противодействие со стороны государственных органов власти. Полученные оценки характеризуют отражение в групповом сознании российских предпринимателей реальных, а не декларируемых изменений политики государства по отношению к малому и среднему бизнесу.

Таблица 2

Распределение оценок предпринимателями отношения к ним со стороны государственных органов власти (% опрошенных)

Варианты оценок	1992	1994	2001*	2008
Реальная поддержка	5,0	1,5	1,6	3,9
Чаще оказывается поддержка	10,0	6,0	13,6	3,9
Как поддержка, так и противодействие	31,2	22,7	27,2	22,4
Чаще оказывается противодействие	28,2	16,7	30,4	30,3
Постоянное противодействие	1,7	18,2	26,4	39,5
Ни помощи, ни противодействия	24,8	34,9	–	

**Примечание*: В 2001 г. оценки отсутствовали у 0,8% опрошенных.

Значительный интерес представляет обнаруженная в ходе исследования корреляция оценки степени реального риска в предпринимательской деятельности с оценкой предпринимателями отношения к ним со стороны государственных органов власти. Чем большее противодействие испытывают предприниматели со стороны государственных структур, тем выше они оценивают степень риска в своем бизнесе. Следовательно, именно государственные органы власти выступают одним из

главных условий наличия или отсутствия риска в предпринимательской деятельности.

Изучение представлений предпринимателей о трудностях, возникающих в предпринимательской деятельности, показало, что наиболее значимыми предприниматели считают проблемы, решение которых напрямую зависит от государственных органов (постановлений правительства, нормативно-правовых государственных актов и т.п.). Таким образом, базовые условия функционирования предпринимательства определяются следующими сферами: нормативно-юридическим обеспечением и правовой защитой, системой налогообложения, механизмом финансирования и кредитования, функционированием системы государственной поддержки предпринимательства. Можно констатировать, что существенной причиной неудовлетворенности предпринимателей характером их взаимоотношений с государственными органами власти является нерешенность целого ряда важных проблем сферы бизнеса, которые предприниматели связывают с деятельностью государственных структур.

По мнению предпринимателей, для деятельности государственных органов характерны не только непродуманность и сложность существующих законов и положений, а также отсутствие реальных мер по устранению помех в деятельности предпринимателей, но и намеренное формирование подобных препятствий. Например, при регистрации предприятия или аренде помещений предпринимателю предъявляются требования по оказанию определенных услуг госструктуре, денежным выплатам на актуальные для региональной власти цели и т.п.

Данные интервью демонстрируют, что у предпринимателей сформировался устойчивый негативный образ чиновника — представителя региональной власти. Отличительными чертами этого образа являются равнодушие к нуждам и интересам предпринимателей, корыстолюбие, зависть, предвзятое отношение к предпринимателям как к преступникам, мошенникам, что усугубляет взаимную подозрительность и недоверие предпринимателей и государственных чиновников.

Доверие в предпринимательской среде и надежность партнерских отношений. Сравнительный анализ оценок степени доверия предпринимателей к предпринимательским структурам и пред-

приятиям (см. табл. 3) показывает отсутствие сколько-нибудь выраженной динамики. После резкого снижения этих оценок в 1994 г. их средние значения не превышают средних значений шкалы. Наиболее высокочастотными являются оценки в 3–4 балла. Во всех опросах, начиная с 1994 г. и вплоть до 2008 г., доля предпринимателей, выражающих низкую степень доверия, преобладает над долей тех, кто оценивает свое доверие как высокое, и колеблется в диапазоне от 35% (2001 г.) до 50% (1994 г.), что свидетельствует о преобладании недоверия к коллегам со стороны большинства предпринимателей в этот период. Однако по данным опросов 2008 и 2010 гг. бóльшее число опрошенных (46,7% и 42,3% соответственно) оценивали свое доверие выше среднего уровня. По данным опросов 1992–2001 гг. наиболее высокочастотными оценками степени доверия предпринимателей к предпринимательским структурам и предприятиям были средние оценки (4 балла). По данным опросов 2008 и 2010 гг. наиболее высокочастотными становятся оценки 5 баллов. Начиная с 2008 г. средние оценки доверия предпринимателей к предпринимательским структурам и предприятиям превышают средние значения по шкале. Эти данные прямо свидетельствуют о повышении уровня доверия в предпринимательской среде.

Таблица 3

Распределение оценок степени доверия предпринимателей к предпринимательским структурам и предприятиям (% опрошенных)

Год проведения исследования	Баллы							*M*, баллы
	1	2	3	4	5	6	7	
1992*	0,0	10,0	14,0	30,0	26,0	8,0	8,0	4,33
1994	9,1	13,6	37,9	19,7	16,7	1,5	1,5	3,32
1997*	14,0	12,0	24,0	29,0	12,0	6,0	1,0	3,36
2001*	4,0	11,2	20,8	31,2	21,6	7,2	1,6	3,85
2008	3,3	3,3	18,4	28,3	31,7	15,0	0	4,26
2010*	2,9	6,7	19,2	27,9	29,8	9,6	2,9	4,12

**Примечание*: В 1992 г. оценки отсутствовали у 4%, в 1997 г. — у 1%, в 2001 г. — у 1,1% и в 2010 г. — у 1% опрошенных.

Вместе с тем по всему периоду проведения обследований устойчиво сохраняются группы предпринимателей с оценками

доверия выше и ниже среднего, а характер распределения оценок приближается к нормальному. Данный факт может свидетельствовать о том, что доверие предпринимателей к предпринимательским структурам и предприятиям в большей степени определяется индивидуально-психологическими особенностями субъектов предпринимательской деятельности, а не внешними условиями, как доверие к государственным организациям.

По данным нескольких исследовательских «срезов» показатели, характеризующие различные аспекты взаимоотношений предпринимателей с партнерами по бизнесу, выделились в самостоятельный фактор. Основу этого фактора составляют оценки предпринимателями надежности своих партнеров, доверия к предпринимательским структурам и предприятиям, а также оценки зависимости развития бизнеса от взаимоотношений с партнерами. Оценка надежности партнеров значимо коррелирует со степенью доверия к предпринимательским структурам. Предприниматели, отмечающие большую степень доверия к предпринимательским структурам, более высоко оценивают надежность своих партнеров, реже сталкиваются с обманом с их стороны, а также в целом более высоко оценивают результаты своей предпринимательской деятельности.

Сравнение оценок предпринимателями степени их доверия к государственным и предпринимательским структурам и предприятиям (см. табл. 4) показывает, что среди предпринимательских структур она значительно превышает степень доверия предпринимателей к государственным организациям. На всех этапах исследования оценки степени доверия в предпринимательской среде и надежности партнеров оказались значительно выше, чем оценки степени доверия к представителям государственных организаций (различия статистически значимы, $p < 0,05$).

По результатам корреляционного анализа данных ряда опросов, кроме 1992 г., обнаружена положительная корреляционная связь оценок доверия к государственным и предпринимательским организациям (в 1994 г. $r = 0,14$, в 1997 г. $r = 0,32$*, в 2001 г. $r = 0,22$ и в 2008 г. $r = 0,35$*). Эти данные свидетельствуют о том, что поляризация в оценках доверия к данным группам, отмеченная в 1992 г., в период становления предпринимательства в России, сменилась более сходной тенденцией в отношениях к

ним, которая характеризуется преобладанием низкого доверия, более выраженного по отношению к государственным организациям. Полученные результаты позволяют также сделать вывод о том, что низкая степень доверия, по крайней мере, в сфере деловых отношений, является характерной социально-психологической особенностью российских предпринимателей. Сравнительный анализ данных, представленных в табл. 4, показывает также устойчивую тенденцию повышения оценок надежности партнеров по бизнесу. Начиная с 1997 г. средние значения оценок превышают среднее значение по шкале и по данным опросов 2001 и 2008 гг. достигают значений 4,53 и 4,70 балла соответственно.

Таблица 4

Распределение средних значений оценок предпринимателями степени их доверия к государственным и предпринимательским структурам и предприятиям и оценок степени надежности большинства нынешних партнеров (в баллах по 7-балльной шкале: 1 — очень низкая, 7 — очень высокая)

Показатели	1992	1994	1997	2001	2008
Доверие к государственным структурам и предприятиям	2,18	3,03	2,67	2,75	2,77
Доверие к предпринимательским структурам и предприятиям	4,33	3,32	3,41	3,85	4,23
Степень надежности большинства партнеров по бизнесу	3,8	3,76	4,03	4,53	4,70

Динамика оценок предпринимателями доверия к предпринимательским структурам и предприятиям несколько отличается от динамики оценок надежности партнеров: здесь наблюдаются периодические спады и подъемы, а сами средние значения оценок доверия, как правило, ниже средних значений оценок надежности партнеров по бизнесу. Эти данные говорят о том, что предприниматели дифференцируют взаимоотношения в предпринимательской среде в целом, где они проявляют достаточно низкую степень взаимного доверия, и взаимоотношения с партнерами по бизнесу, которые строятся не столько на личном доверии, сколько на взаимной выгоде, расчете и знании партнера.

Наличие стабильных корреляционных связей между оценоками надежности партнеров и оценками доверия к предпринимательским структурам и отсутствие таких связей с оценками

доверия к государственным структурам говорит о существенных различиях взаимоотношений внутри предпринимательской среды и отношений с представителями государственных органов власти, которые не воспринимаются предпринимателями как партнеры.

Сравнительный анализ результатов корреляционного и факторного анализа данных, полученных в разные годы, позволяет выявить связи партнерских взаимоотношений с другими социально-психологическими характеристиками предпринимательской деятельности, а также проследить и их динамику. В 1994 г. оценка предпринимателями надежности партнеров вошла в один фактор с оценками значимости мотива материальной обеспеченности (–0,820), возможности реализовать свои способности (0,405) и отношением к риску (0,586). Эти данные можно интерпретировать следующим образом: чем выше предприниматели оценивают значимость мотива материальной обеспеченности, тем ниже они оценивают надежность своих партнеров. Предприниматели, для которых мотив материальной обеспеченности является менее значимым по сравнению с мотивом самореализации, более уверены в своих партнерах и, возможно, поэтому более позитивно относятся к риску.

В 1997 г. оценки предпринимателями доверия к государственным и предпринимательским организациям выделились в отдельный фактор, а в фактор партнерства кроме оценок надежности партнеров и доверия к предпринимательским организациям вошли оценки отношения к риску и степени зависимости бизнеса от взаимоотношений с партнерами. В 2001 г. оценки доверия предпринимателей к государственным и предпринимательским структурам и предприятиям вновь выделились в отдельный фактор, куда вошли также оценки надежности партнеров и частоты обмана со стороны партнеров. Кроме того, выделился самостоятельный фактор, в который вошли оценки влияния взаимоотношений с партнерами на развитие бизнеса (0,602), а также оценки частоты случаев понимания и поддержки со стороны партнеров (0,680), получения удовольствия от общения с сотрудниками (0,441), установления хороших отношений с конкурентами (0,469).

На разных этапах исследования зафиксированы статистически значимые корреляционные связи между оценками надеж-

ности партнеров и другими социально-психологическими характеристиками предпринимателей, наиболее устойчивыми из которых (по данным не менее трех опросов) оказались связи с:

- оценками уровня деловой активности и динамики его изменения;
- оценками собственной конкурентоспособности и собственных возможностей в повышении успешности бизнеса;
- оценками благоприятности экономических условий для развития своего бизнеса и зависимости бизнеса от взаимоотношений с партнерами;
- отношением к риску;
- отношением к конкуренции;
- успешностью (степень реализации целей) предпринимательской деятельности;
- оценками материального уровня жизни семьи;
- возрастом предпринимателя (связь отрицательная).

Полученные данные свидетельствуют, что вопреки распространенному мнению о предпринимательстве как сугубо индивидуальном виде деятельности, надежность партнеров является одним из важных социально-психологических условий деловой активности предпринимателей и успешности их бизнеса.

Региональный фактор и доверие российских предпринимателей. Для анализа региональных особенностей доверия российских предпринимателей проводилось частотное сравнение данных опросов 2008, 2001 и 1997 гг. с учетом регионального фактора. Из приведенных данных следует, что в 1997 г. предприниматели из регионов России (далее — регионалы) чаще, чем предприниматели из Москвы (далее — москвичи), оценивали свое доверие к государственным организациям как низкое (москвичи — 64,0%, регионалы — 77,0%). В 2001 г. 70,4% москвичей и 70,0% регионалов оценивали свое доверие к государственным организациям ниже среднего значения (1–3 балла), то есть соответствующие доли респондентов уравнялись. В 2008 г. это соотношение сохранилось практически на том же уровне (70,1% москвичей и 71,1% регионалов).

Выше среднего уровень своего доверия к государственным организациям в 2001 г. оценили 11,2% москвичей и 13,3% регионалов (в 1997 г. — 12,0 и 14,7% соответственно). То есть разница

в долях москвичей и регионалов, высоко оценивших свое доверие к государственным организациям, сохранилась на прежнем уровне и составила чуть более 2,0% как в 1997 г., так и в 2001 г. В 2008 г. доля респондентов, давших высокие оценки доверия к государственным организациям, в обеих группах уменьшилась, причем в группе москвичей она оказалась даже несколько выше (6,6%), чем в группе регионалов (4,4%).

Таблица 5

Распределение оценок степени доверия предпринимателей из Москвы и регионов к государственным организациям и предприятиям (% опрошенных)

Год проведения исследования	Группы предпринимателей	Баллы							*M*, баллы
		1	2	3	4	5	6	7	
1997	Москвичи	23	21	20	24	8	2	2	2,87
	Регионалы	33,3	26,0	17,7	8,3	13,6	1,1	0,0	2,46
2001	Москвичи	21,6	25,6	23,2	17,6	7,2	4,0	0,0	2,7
	Регионалы	20,0	26,7	23,3	16,7	6,7	5,5	1,1	2,84
2008	Москвичи	20	23,4	26,7	23,3	3,3	3,3	0	2,77
	Регионалы	20,0	20,0	31,1	24,5	2,2	2,2	0	2,76

Сравнение распределений средних оценок уровня доверия (4 балла) показывает, что наибольшее расхождение между москвичами и регионалами — в 3 раза — было отмечено в 1997 г. (москвичи — 24,0%, регионалы — 8,3%). В 2001 г. эти показатели практически сравнялись: москвичи — 17,6% (произошло снижение на 7,4%), регионалы — 16,7% (произошло увеличение почти в 2 раза). По данным опроса 2008 г. доля респондентов, давших средние оценки уровня доверия, в обеих группах несколько увеличилась за счет снижения доли респондентов, давших высокие оценки уровня.

Сравнение средних показателей оценок доверия демонстрирует снижение различий между выборками. В 1997 г. оценки доверия к государственным организациям и предприятиям были выше у москвичей (дельта — 0,41, различия значимы на уровне $p < 0,05$). В 2001 г. у региональных предпринимателей они оказались выше, а у московских — ниже, чем в 1997 г. (различия между выборками 2001 г. статистически незначимы). В 2008 г.

оценки московских и региональных предпринимателей практически сравнялись.

Таким образом, в качестве общей тенденции можно отметить, во-первых, повышение оценок доверия региональных предпринимателей к государственным структурам и предприятиям и незначительное их снижение у московских предпринимателей, во-вторых, сходство этих оценок по выборке Москвы и регионов в соответствии с результатами опросов 2001 и 2008 гг. На основании полученных данных можно сделать вывод, что значимые различия в доверии московских и региональных предпринимателей к государственным организациям практически перестали существовать. Это может быть связано с тем, что, если в 1997 г. москвичи находились в более выгодных экономических условиях по сравнению с регионалами и охотно вступали с госструктурами в деловые отношения, то кризис 1998 г. разрушил эти альянсы. Вероятно, после кризиса государственные предприятия в регионах стали более коммерчески активными, а многие бывшие госслужащие занялись бизнесом и сохранили старые связи. Используя эти связи, они охотно создавали предпринимательские структуры, включая в них представителей государственных организаций. Можно предположить, что в дальнейшем тенденция стирания различий, в том числе и социально-психологических, между московскими и региональными предпринимателями сохранится.

В качестве новой тенденции, наметившейся в начале 2000-х годов, отмечается постепенное повышение степени доверия московских предпринимателей к государственным организациям: средние значения оценок сначала снизились с 2,87 балла в 1997 г. до 2,75 в 2001 г. и до 2,77 балла в 2008 г. и вновь выросли в 2010 г. до 3,06, что можно интерпретировать как отражение в групповом сознании предпринимателей неоднозначных изменений в характере взаимодействия предпринимательских и государственных организаций.

Анализ оценок доверия респондентов к предпринимательским структурам и предприятиям показывает, что здесь наблюдается большее сходство позиций москвичей и регионалов по результатам опросов 1997 и 2001 гг. Доля респондентов, давших средние оценки доверия к предпринимательским структурам, не претерпела серьезных изменений, но в целом произошло суще-

ственное уменьшение количества низких оценок (в 2001 г. по сравнению с 1997 г.) и, соответственно, увеличение доли высоких оценок. Так, в 1997 г. оценки ниже средних поставили 50,0% москвичей и 44,8% регионалов, в 2001 г. — только 38,0% москвичей и 36,7% регионалов.

Оценки доверия выше среднего уровня расположились так: в 1997 г. москвичи — 19,0%, регионалы — 24,0%, в 2001 г. москвичи — 30,4%, регионалы — 32,2%. По результатам опроса 2008 г. средние значения оценок значимо выросли как у москвичей, так и у регионалов, при этом различия между ними оказались несущественны по результатам всех трех опросов. Таким образом, в качестве общей тенденции можно отметить, во-первых, повышение оценок доверия как московских, так и региональных предпринимателей к предпринимательским структурам и предприятиям, и во-вторых, сходство этих оценок в Москве и регионах по данным исследовательских «срезов».

Таблица 6

Распределение оценок доверия предпринимателей из Москвы и регионов к предпринимательским структурам и предприятиям (% опрошенных)

Год проведения исследования	Группы предпринимателей	Баллы							*M*, баллы
		1	2	3	4	5	6	7	
1997	Москвичи	14,0	12,0	24,0	29,0	12,0	6,0	1,0	3,36
	Регионалы	15,6	10,4	18,8	31,2	14,6	9,4	0,0	3,47
2001	Москвичи	4,0	11,2	20,8	31,2	21,6	7,2	1,6	3,85
	Регионалы	4,4	8,9	23,3	30,0	21,1	6,7	4,4	3,93
2008	Москвичи	3,4	3,4	18,4	28,5	31,7	15,0	0,0	4,26
	Регионалы	0,0	4,5	15,7	28,9	33,4	15,6	0,0	4,25

На всех этапах исследования и в московской, и в региональной выборках оценки доверия внутри предпринимательской среды оказались значительно выше, чем оценки доверия к государственным структурам и предприятиям (разница средних значений составляет более 1 балла). При этом у московских предпринимателей разница в оценках доверия увеличилась в большей степени, чем у регионалов, в первую очередь за счет значительного (на 0,39 балла) повышения доверия к предпринимательским организациям и его снижения (на 0,17) — к государственным в 2001 г.,

в то время как у региональных предпринимателей доверие как к государственным, так и к предпринимательским организациям и предприятиям увеличилось примерно в равной степени (на 0,38 и 0,46 балла соответственно). По данным опроса 2008 г. разрыв в оценках доверия к государственным и предпринимательским организациям оказался наибольшим (около 1,5 балла) за счет существенного увеличения значений оценок доверия к предпринимательским структурам и предприятиям как в Москве, так и в регионах.

Для выявления различий в структуре доверия московских и региональных предпринимателей проводился факторный анализ данных по переменным, значимо коррелирующим с оценками доверия.

У москвичей выявлено четыре фактора, коррелирующих с интегральной переменной доверия (см. табл. 7, факторы расположены в порядке снижения значимости).

1. *Фактор успешности и собственного потенциала.* В него вошли оценки: собственной конкурентоспособности, успешности собственной предпринимательской деятельности, материального уровня жизни своей семьи, собственных возможностей в повышении успешности бизнеса, реализации своих целей в бизнесе, удовлетворенности результатами бизнеса, реализации своих способностей.

2. *Фактор влияния государства.* В него вошли оценки: влияния экономической политики центральных и местных органов власти на развитие бизнеса предпринимателя и частоты поддержки со стороны государственных органов.

3. *Оценка партнерских отношений с предпринимателями-мужчинами.* Кроме соответствующей переменной в него вошли оценки отношения к конкуренции и собственного влияния на развитие своего бизнеса.

4. *Фактор партнерских взаимоотношений.* В него вошли оценки: надежности партнеров и частоты обмана со стороны партнеров (с отрицательным знаком), доверия к предпринимательским организациям, а также (с несколько меньшим весом — 0,53) партнерских отношений с предпринимателями-женщинами.

Таблица 7

Факторная структура доверия по результатам опроса московских предпринимателей в 2001 г.

Оцениваемые показатели	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4
Отношение со стороны властных органов	−0,02	0,63	0,32	−0,06
Деловая активность	0,52	−0,05	0,39	0,05
Отношение к конкуренции	0,24	−0,19	0,62	0,10
Отношение к риску	0,34	−0,38	0,15	−0,32
Экономические условия	0,32	0,48	0,09	0,12
Конкурентоспособность	0,70	−0,00	0,09	0,14
Удовлетворенность результатами бизнеса	0,67	0,28	0,14	0,28
Реализация своих способностей	0,66	−0,10	0,20	0,18
Материальное состояние	0,84	0,10	−0,09	−0,12
Реализация целей бизнеса	0,70	−0,00	0,25	0,36
Успешность	0,83	0,02	0,10	0,26
Надежность партнеров	0,19	0,05	0,05	0,83
Доверие к государственным организациям	0,18	0,46	0,14	0,11
Доверие к предпринимательским организациям	0,30	0,11	0,09	0,55
Частота обмана со стороны партнеров	0,08	0,14	−0,04	−0,77
Материальный уровень жизни семьи	0,76	0,14	−0,25	−0,28
Влияние экономической политики государства на развитие бизнеса	0,07	0,74	−0,10	0,09
Влияние местных органов власти	0,15	0,83	−0,14	-0,02
Собственное влияние	0,05	0,11	0,67	−0,08
Собственный материальный уровень	0,73	0,33	−0,35	−0,15
Поддержка со стороны гос. органов	0,27	0,71	0,22	−0,07
Отношение к партнерам-мужчинам	−0,00	0,25	0,69	−0,02
Отношение к партнерам-женщинам	0,16	0,23	−0,19	0,53

У регионалов также выявлено четыре фактора, коррелирующих с интегральной переменной доверия (см. табл. 8, факторы расположены в порядке убывания значимости):

1. *Фактор успешности.* В него вошли оценки: удовлетворенности экономическими результатами своей работы, успешности своей предпринимательской деятельности, материального уровня

жизни своей семьи, благоприятности экономических условий, собственной конкурентоспособности, реализации целей бизнеса и удовлетворенности работой.

2. *Фактор отношения государства к предпринимателю.* В него вошли оценки: отношения к предпринимателю со стороны государственных органов власти в настоящее время и частоты негативного отношения чиновников (с отрицательным знаком).

3. *Фактор партнерских взаимоотношений.* В него вошли оценки: надежности партнеров и доверия к предпринимательским организациям и предприятиям (с положительным знаком) и частоты обмана со стороны партнеров (с отрицательным знаком).

4. *Фактор доверия к государству*, который включает одну переменную — оценку степени доверия к государственным структурам и предприятиям.

Таблица 8

Факторная структура доверия по результатам опроса региональных предпринимателей в 2001 г.

Оцениваемые показатели	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4
Отношение со стороны властных органов	0,19	0,71	−0,28	0,08
Деловая активность	0,59	0,24	0,07	−0,22
Экономические условия	0,65	−0,20	0,15	0,17
Конкурентоспособность	0,63	−0,30	0,18	−0,37
Удовлетворенность результатами бизнеса	0,84	−0,06	0,08	0,04
Удовлетворенность работой	0,61	0,23	0,04	−0,24
Реализация своих способностей	0,53	0,13	0,39	−0,29
Материальный уровень жизни семьи	0,79	0,09	−0,12	0,18
Реализация целей бизнеса	0,62	0,19	0,18	0,14
Успешность	0,80	0,16	0,07	0,11
Надежность партнеров	0,16	0,06	0,79	0,13
Доверие к государственным организациям	0,19	0,17	−0,16	0,73
Доверие к предпринимательским организациям	0,29	−0,23	0,66	0,15
Негативное отношение со стороны чиновников	−0,07	−0,71	−0,19	−0,07
Частота обмана со стороны партнеров	−0,00	−0,29	−0,68	−0,04
Собственный материальный уровень	0,79	0,06	−0,16	0,29

Результаты показывают, что наиболее нагруженными и у москвичей, и у регионалов являются факторы собственной успешности, куда вошли оценки экономических и психологических результатов бизнеса. И у москвичей, и у регионалов выявлены факторы партнерских взаимоотношений и отношений с государственными структурами и предприятиями. При этом в факторах, описывающих влияние государства на предпринимательскую деятельность, у москвичей и регионалов есть качественные отличия: у первых в него входят переменные, описывающие влияние центральных и местных органов власти, а также поддержку государства; у вторых же в этот фактор входят оценки отношения к предпринимателям со стороны местных органов власти и частоты негативного отношения к ним со стороны чиновников. Вероятно, в регионах отрицательное отношение чиновников к предпринимателям гораздо более частое явление, чем в Москве.

Существенные различия в структуре оценок доверия обнаружились между исследуемыми выборками по критерию пола. У москвичей показатели, связанные с отношением к предпринимателям разного пола, вошли в разные факторы. Оценка партнерского отношения к предпринимателям-мужчинам оказалась связана с оценками отношения к конкуренции и собственного влияния на развитие бизнеса, а отношение к предпринимателям-женщинам — с оценками доверия и надежности партнеров и частоты обмана с их стороны. У регионалов же оценки отношения к предпринимателям разного пола не вошли ни в один фактор. Эти данные говорят о том, что фактор пола в московской предпринимательской среде является более важным при установлении партнерских отношений. Кроме того, можно предположить, что отношение к предпринимателям-мужчинам и предпринимателям-женщинам имеет различную психологическую структуру и определяется разными психологическими факторами.

Гендерные особенности доверия российских предпринимателей к различным организациям. Данная работа продолжает исследование гендерных особенностей доверия российских предпринимателей к различным организациям [Журавлев, Сумарокова, 1998]. Для анализа данных гендерных особенностей нами проводилось сравнение оценок доверия российских предпринимателей к государственным и предпринимательским структурам и предпри-

ятиям в мужской и женской выборках по данным опросов 1997, 2001 и 2008 гг.

Свое доверие к госструктурам как среднее (4 балла) оценили в 2001 г. примерно 16,0% мужчин и 20,0% женщин. Интересно, что в 1997 г. разница в соответствующих данных между предпринимателями-мужчинами и предпринимателями-женщинами была еще меньше (мужчины — около 17,0%, женщины — около 16,0%). Мужчины-предприниматели и в 1997 г., и в 2001 г. в основном оценили свое доверие к госструктурам как очень низкое или ниже среднего (70,8% в 1997 г. и 70,9% в 2001 г.). С ними солидарны и женщины: ниже среднего уровня оценили свое доверие к госструктурам 68,8% опрошенных в 1997 г. и 68,7% — в 2001 г. Выше среднего доверяли государству в 1997 г. 12,3% мужчин и 15,6% женщин. В 2001 г. доля женщин-предпринимателей, оценивших свое доверие государственным организациям выше среднего уровня, уменьшилась почти на 30,0% и составила 10,9%, в то время как доля мужчин осталась практически без изменений — 12,6%. Вероятно, кризис 1998 г. сильнее повлиял на женщин-предпринимателей, что и снизило долю высоких оценок их доверия к госструктурам. Среднее значение оценок доверия к госструктурам у женщин от первого ко второму временно́му срезу несколько увеличилось (разница оценок 1997 и 2001 гг. составляет 0,29 балла) и почти сравнялось с оценкой предпринимателей-мужчин, у которых оно практически не изменилось.

Однако по данным опроса 2008 г. наблюдается резкое снижение оценок доверия к государственным структурам и предприятиям в группе предпринимателей-женщин и одновременное их повышение в группе мужчин. Полученные данные выглядят особенно неожиданными в сравнении с динамикой оценок доверия к предпринимательским структурам и предприятиям (см. ниже) и заслуживают специального, более глубокого анализа и интерпретации. Мы полагаем, что причина этого феномена кроется в рассогласовании взаимных групповых образов и стереотипов межгруппового восприятия мужчин и женщин в предпринимательской среде, которая становится все более однородной и маскулинной по своим социально-психологическим характеристикам и в среде государственных чиновников, где гендерные стереотипы носят более устойчивый характер. Женщины-

предприниматели испытывают более серьезные трудности во взаимодействии с представителями государственных структур и, как следствие, проявляют менее высокий уровень доверия к ним.

Таблица 9

Распределение частот оценок доверия предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к государственным структурам и предприятиям (% опрошенных)

Группы предпринимателей	Год проведения исследования	Баллы							*M*, баллы
		1	2	3	4	5	6	7	
Мужчины	1997	24,6	23,9	22,3	16,9	10,0	0,8	1,5	2,84
	2001	21,9	26,5	22,5	15,9	7,3	4,6	0,7	2,77
	2008	20,0	20,0	27,5	22,5	5,0	5,0	0,0	2,92
Женщины	1997	35,9	23,4	9,4	15,6	12,5	3,2	0,0	2,55
	2001	18,8	25,0	25,0	20,3	6,3	4,6	0,0	2,84
	2008	20,0	30,0	25,0	25,0	0,0	0,0	0,0	2,55

Анализ оценок доверия к предпринимательским структурам показывает, что в 1997 г. оценки ниже средних выбрали 45,0% мужчин и 54,0% женщин, в 2001 г. — 34,5% и 40,6% соответственно. По данным опроса 2008 г. соответствующие доли респондентов в обеих выборках оказались одинаковы (по 25%). То есть наблюдается общая тенденция снижения доли респондентов, оценивающих свое доверие как низкое, более сильно выраженная в группе предпринимателей-женщин. Оценки же выше средних в 1997 г. выбрали 20,9% мужчин и 23,8% женщин, в 2001 г. — 32,4% мужчин и 28,1% женщин и в 2008 г. — 47,5 и 45,0% соответственно. То есть в обеих группах увеличивается доля респондентов оценивающих свое доверие выше среднего уровня.

В 2001 и 2008 гг. практически не проявилась разница в количестве мужчин и женщин, выбравших средний балл оценки своего доверия к предпринимательским структурам, в то время как в 1997 г. эта разница была заметной: у мужчин — 34,1%, а у женщин — 22,2%. Полученные данные в сочетании с уменьшением доли женщин, оценивающих уровень доверия к предпринимательским структурам ниже среднего, косвенно свидетельствуют о повышении степени доверия предпринимателей-женщин к предпринимательским структурам, по данным опросов

2001 и 2008 гг. Сравнение средних значений оценок доверия к предпринимательским структурам свидетельствует о тенденции к его возрастанию, которая более ярко выражена в группе предпринимателей-женщин, результатом чего является уменьшение гендерных различий в таких оценках.

Сравнительный анализ средних значений оценок доверия к государственным и предпринимательским организациям в мужской и женской выборках и их динамики от исследования 1997 г. к исследованию 2008 г. позволяет отметить следующее. Разница в оценках доверия к государственным и предпринимательским организациям сохранилась на значимом уровне как в группе предпринимателей-мужчин, так и в группе предпринимателей-женщин. По отношению к государственным организациям средние значения оценок доверия в группе предпринимателей-женщин несколько увеличились и практически сравнялись с оценками доверия в группе предпринимателей-мужчин. По отношению к предпринимательским организациям средние значения оценок доверия возросли в обеих выборках, но более сильно — у предпринимателей-женщин, в результате чего различия по этому показателю, зафиксированные на значимом уровне в опросе 1997 г., сохранились лишь на уровне тенденции. По данным опроса 2008 г. средние значения доверия к предпринимательским структурам и предприятиям существенно выросли как в мужской, так и в женской выборках, превысив средние значения по шкале.

Таблица 10

Распределение оценок доверия предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к предпринимательским структурам и предприятиям (% опрошенных)

Группы предпринимателей	Год проведения исследования	Баллы							*M*, баллы
		1	2	3	4	5	6	7	
Мужчины	1997	12,4	9,3	23,3	34,1	10,9	10,1	0,0	3,52
	2001	2,7	9,3	22,5	30,5	23,8	5,3	3,3	3,95
	2008	2,5	5,0	17,5	27,5	32,5	15,0	0,0	4,27
Женщины	1997	20,6	15,9	17,5	22,2	19,0	3,2	1,6	3,19
	2001	7,8	12,5	20,3	31,3	15,6	10,9	1,6	3,73
	2008	5,0	0,0	20,0	30,0	30,0	15,0	0,0	4,25

В целом изменения в оценках доверия в группе предпринимателей-женщин оказались более существенными, чем в группе предпринимателей-мужчин. Результатом такой динамики явилось уменьшение гендерных различий по показателям доверия предпринимателей к предпринимательским структурам по сравнению с 1997 г. и их увеличение по показателям доверия к государственным структурам и организациям. Это можно объяснить тем, что по мере приобретения предпринимательского опыта стереотипное феминное сознание и поведение женщин-предпринимателей уступает место более маскулинному поведению и образу мышления. Однако сохраняющиеся в российском обществе гендерные стереотипы восприятия бизнеса как преимущественно мужского занятия создают дополнительные психологические барьеры во взаимодействии женщин-предпринимателей с представителями государственных органов власти, что обусловливает более низкую степень доверия к ним со стороны предпринимателей-женщин.

Заключение

На всех этапах исследования оценки степени доверия внутри предпринимательской среды и надежности партнеров оказались значительно выше, чем оценки доверия к представителям государственных организаций. Результаты исследования свидетельствуют о формировании предпринимателей в качестве особой социальной группы, которая характеризуется определенной степенью внутренней психологической общности, большим уровнем взаимного доверия по сравнению с их взаимоотношениями с представителями государственных структур.

Невысокая степень доверия, по крайней мере, в сфере деловых отношений является характерной социально-психологической особенностью российских предпринимателей. В то же время наличие стабильных корреляционных связей оценок надежности партнеров и доверия к предпринимательским структурам и отсутствие таких связей с оценками доверия к государственным структурам говорят о существенных различиях взаимоотношений внутри предпринимательской среды и отношений с представи-

телями государственных структур, которые не воспринимаются предпринимателями как партнеры.

В ходе исследования выявлена устойчивая связь оценки надежности партнеров с оценками уровня деловой активности и успешности предпринимательской деятельности. Полученные данные свидетельствуют, что, вопреки распространенным представлениям о предпринимательстве как сугубо индивидуальном виде деятельности, надежность партнеров является одним из главных социально-психологических факторов деловой активности предпринимателей.

Доверие и надежность в партнерских отношениях, с одной стороны, и отношение к риску и конкуренции — с другой, выступают взаимосвязанными характеристиками: чем более уверен предприниматель в своих партнерах, тем в целом более позитивно он относится к риску и конкуренции. Доверие к предпринимательским структурам и оценка надежности партнеров вошли в число показателей, дифференцирующих эмпирически выделенные социально-психологические типы предпринимателей.

В факторной структуре показателей, значимо коррелирующих с оценками доверия, стабильно выделяется фактор, включающий оценки успешности и собственного потенциала предпринимателя. Это говорит о том, что качественные характеристики отношений в сфере бизнеса и, в частности, оценки доверия к различного вида организациям и надежности партнеров выступают существенным ресурсом повышения успешности предпринимательской деятельности. Облегчая экономический обмен и способствуя защите интересов участников делового взаимодействия, доверительные отношения являются существенными составляющими социального капитала предпринимателей.

Сравнительный анализ данных, полученных в ходе трех исследовательских «срезов» (1997, 2001 и 2008 гг.), показывает повышение оценок доверия предпринимателей к предпринимательским организациям и стабильно низкие оценки доверия к государственным структурам. В качестве общей тенденции можно отметить также постепенное уменьшение различий в оценках доверия между региональными и московскими предпринимателями, с одной стороны, и между предпринимателями-мужчи-

нами и предпринимателями-женщинами — с другой. При этом оценки доверия региональных предпринимателей в результате их изменения приближаются к оценкам московских предпринимателей, а оценки предпринимателей-женщин — к оценкам предпринимателей-мужчин. Результаты факторного анализа свидетельствуют о том, что в группе московских предпринимателей фактор пола играет более важную роль, дифференцируя оценки взаимоотношений с партнерами по бизнесу.

© Позняков В.П., 2013

Глава 12. Доверие как фактор потребительского поведения на рынке медицинских услуг

Введение

В настоящее время все острее встает проблема здоровья и качества жизни нации. Данная проблема тесно связана не только с качеством медицинского обслуживания населения, но также и с потребительской культурой населения в области здравоохранения. Современный рынок медицинских услуг характеризуется разнообразием за счет увеличения количества платных медицинских услуг — возникают негосударственные клиники, появляются платные услуги в государственных поликлиниках. Таким образом, перед пациентами возникает проблема выбора медицинской организации, сопряженная с высокими рисками, связанными со здоровьем, а также с финансовыми затратами.

Доверие является важным условием при выборе медицинского учреждения. Четкое понимание особенностей формирования доверия к платным и бесплатным медицинским учреждениям может быть полезно при регулировании социальной политики в области здравоохранения, а также при проведении различных маркетинговых мероприятий, направленных на повышение «популярности» государственных и частных поликлиник.

В литературе представлены данные о влиянии доверия на потребительское поведение, а также об условиях повышения доверия покупателей [Kim, Ferrin, Rao, 2007]. Поведение потребителей на рынке медицинских услуг изучается в основном в рамках социологических исследований, в которых выявляются причины и частота обращения в медицинские центры различных слоев населения, рассматриваются особенности рынка медицинских услуг [Спирякина, 2005; Созинова, 2005 и др.].

Доверие как фактор обращения в медицинские учреждения исследовалось в работе И.В. Изюмовой [Изюмова, 2009]. По резуль-

татам исследования была выявлена связь доверия и субъективной оценки уровня риска для здоровья у клиентов медицинских организаций.

В то же время остается недостаточно изученной проблема доверия и потребительского поведения по отношению к платным и бесплатным медицинским услугам и организациям, несмотря на существующую тенденцию увеличения доли платной медицины и сокращения бесплатной.

Таким образом, целью данного исследования является изучение особенностей доверия и потребительского поведения на рынке платных и бесплатных медицинских услуг.

Мы предполагаем наличие различий в особенностях потребительского поведения при обращении в платные и бесплатные медицинские учреждения, в особенностях доверия к платным и бесплатным медицинским организациям, а также наличие особенностей доверия к медицинским центрам, связанных с социально-демографическими особенностями пациентов.

Теоретические основы исследования

В научной литературе существует несколько определений доверия. Некоторые исследователи связывают доверие с установкой на определенный выбор действия, поскольку оно позволяет экономить ресурсы: в силу доверия мы полагаемся на какое-либо мнение, кажущееся нам авторитетным, и потому отказываемся от самостоятельного исследования вопроса [Зинченко, 1998, с. 78]. Также при определении доверия понимание установки расширяется до отношения к миру, вере, которые, по сути, и являются доверием [Скрипкина, 2000].

Также доверие рассматривается как ожидание, которое приводит к тем или иным действиям. Так, по определению Д. Левиса и А. Вейгерта, доверие представляет собой совершение рискованного действия на основе уверенного ожидания, что все, кто вовлечены в это действие, будут действовать компетентно и с сознанием долга [Купрейченко, 2008].

Большое значение имеет исследование детерминант формирования доверия. Так, например, А.Б. Купрейченко выделяет следующие группы детерминант:

- характеристики потенциального партнера по взаимодействию (представления об открытости, доброжелательности и готовности другого человека к взаимодействию, а также представления о наличии качеств, способных принести ожидаемое благо, и о его роли и месте в социально-психологическом пространстве личности);
- оценки самого себя как субъекта отношений доверия / недоверия (общая установка на доверие; социальная компетентность и субъективная значимость возможного блага);
- оценки условий и процесса взаимодействия (представления о наличии условий для «раскрытия» оцениваемого человека, а также о допустимых сферах и границах доверия в данных условиях).

Исследования взаимосвязи доверия и потребительского поведения также широко представлены в научной литературе. В частности, в рамках исследования доверия к интернет-магазинам было установлено, что основными факторами, оказывающими положительное влияние на формирование доверия, являются: репутация интернет-ресурса, инвестиции, вложенные в интернет-ресурс, удобство интерфейса и возможность контроля [Bonte, 2010].

В исследовании, проведенном Д. Кимом и Д. Феррином, доказывается, что на принятие решения о покупке влияют в равной степени доверие потребителей и предполагаемый риск (или воспринимаемая выгода) [Kim et al., 2007].

Кроме того, в качестве детерминант доверия между покупателем и производителем была выделена информационная основа — на формирование доверия положительно влияют такие факторы, как информация, поступающая от покупателей к производителю, и количество информации, которую клиенты получают о производителях (адрес и телефон, куда клиенты могут направить свои жалобы, информация о представительствах производителя, общая юридическая информация) [Kim et al., 2007].

Наиболее близкую к теме нашего исследования работу представляет собой диссертация И.В. Изюмовой, в которой изучаются критерии доверия клиентов к организации при разной субъективной оценке риска для здоровья [Изюмова, 2009]. Институциональное доверие к организации как безличной системе включает позитивную оценку целей организации, безличных

организационных процедур, политик, регламентов и гарантий перед работником или клиентом. Помимо этого доверие к организации рассматривается этим автором как совокупность психологических отношений к социальному институту, технологиям, трудовому коллективу и отдельным сотрудникам, включающих ожидание выполнения организацией взятых ею на себя обязательств; позитивные эмоциональные оценки организации в целом и отдельных ее элементов; готовность делиться информацией о себе с представителями организации и следовать принятым в организации правилам.

Медицинские организации имеют ряд особенностей:

- высокую сложность выполнения услуг;
- отсутствие гарантий успешного лечения;
- уязвимость клиента;
- вынужденность обращения за услугой;
- зависимость клиента от организации;
- затрудненность самостоятельного принятия решения относительно вида и объема услуги;
- невозможность полного контроля за процессом лечения;
- наличие риска для жизни и здоровья;
- высокую потребность клиента в соблюдении нравственных норм медицинским персоналом.

Таким образом, медицинские организации отличает наличие объективной опасности, которая в первую очередь связана с принятым в ней порядком оказания услуг, с решениями и действиями медицинского персонала, и наличие субъективного риска, который связан с решением пациента о выборе организации, с его согласием выполнять рекомендации и его оценкой достижения конечного результата [Изюмова, 2009].

Данные особенности отражаются и на формировании доверия и его критериях. Критериями доверия клиентов к медицинской организации являются ее параметры как социального института (обеспеченность ресурсами, качество менеджмента, репутация), а также профессиональные и личностные качества отдельных сотрудников (компетентность, стаж работы, коммуникативные качества, благожелательность, порядочность, авторитет). Следует отметить, что при принятии решения о доверии или недоверии медицинскому учреждению пациент обращает

внимание не на все вышеперечисленные критерии или вообще игнорирует их. Это зависит от склонности к доверию. Также значимость данных критериев для пациента связана с субъективной оценкой риска для здоровья [Изюмова, 2009].

Особое место в исследовании доверия в рамках медицинских услуг принадлежит изучению отношений в системе «врач – пациент». Так, в литературе отмечается, что доверие к врачу является необходимым элементом здоровья пациента, поскольку доверие предполагает более четкое следование инструкциям врача, что благотворно сказывается на выздоровлении. Одним из факторов формирования доверия является нравственная культура (личностные качества) врача. Так, согласно результатам исследования И.В. Силуяновой и В.В. Яковлева, успешность лечения пациента зависит в первую очередь от личности врача, по мнению 63% опрошенных, а от методов лечения и качества средств — 28%, от уровня и статуса лечебного учреждения — 12% [Силуянова, Яковлев, 2009]. Исследования потребительского поведения на платных и бесплатных сегментах рынка медицинских услуг представлены в социологии. Так, например, выделяются причины обращения в платные учреждения, среди которых сокращение доли государственных лечебных учреждений; ухудшение качества обслуживания в бесплатных поликлиниках; рост заболеваемости населения; увеличение рождаемости и прирост населения за счет миграции [Созинова, 2005].

Таким образом, в существующих исследованиях показана значимость доверия к медицинским организациям для процесса выздоровления пациентов, а также отмечены критерии возникновения доверия к медицинским организациям. Обозначено, что доверие является важным фактором выбора медицинских услуг. Тем не менее в литературе недостаточное внимание уделяется проблеме доверия в рамках выбора платной или бесплатной медицинской услуги или центра. В данном случае к описанным выше особенностям медицинских услуг добавляются важные факторы — финансовые затраты, а также возможность выбора, которые могут трансформировать выделенные критерии доверия к медицинским организациям.

В нашем исследовании доверие к медицинской организации рассматривается как уверенное ожидание того, что сделанный

выбор медицинской организации, лечащего врача, услуги приведет к положительному результату. Потребительское поведение на рынке медицинских услуг рассматривается нами как особенность выбора и потребления как платных, так и бесплатных медицинских услуг.

Мы предполагаем, что одним из критериев доверия к платным медицинским организациям будет финансовый фактор. Также мы предполагаем, что доверие к платным медицинским организациям будет выше, чем к бесплатным, как и то, что ожидания от платной медицины окажутся более позитивными.

Программа исследования

Исследование доверия и потребительского поведения на рынке медицинских услуг проводилось авторами главы в два этапа в 2011–2012 гг.

Целью первого этапа исследования было выявить критерии формирования доверия к платным и бесплатным медицинским центрам, а также причины обращения. Для этого с испытуемыми проводилось глубинное интервью. Выборку данного этапа исследования составили 20 человек в возрасте от 21 до 63 лет, из них 13 женщин. Все они имели опыт обращения в платные и бесплатные медицинские учреждения.

На основании результатов глубинного интервью была разработана анкета, которая использовалась на втором этапе исследования с целью выявления доверия и особенностей потребительского поведения на рынке платных и бесплатных медицинских услуг. Выборка второго этапа исследования состояла из 160 человек в возрасте от 20 до 60 лет, из них 88 женщин. Все они имели опыт обращения в платные и бесплатные медицинские учреждения.

Полученные данные были статистически проанализированы при помощи программы SPSS.

Результаты исследования

Критерии доверия медицинскому центру и врачу. На первом этапе исследования в результате анализа полученных данных было выявлено, что доверие к медицинской организации осно-

вано на знании о хорошем современном оснащении, приятной атмосфере, квалифицированном персонале, высоком качестве оказываемых услуг, которое формируется из собственного опыта пациента, опыта знакомых, обращавшихся в медицинский центр, а также из СМИ. Один из критериев доверия к медицинскому центру составляет «совпадение результатов», то есть получение схожих результатов анализов, одинаковый диагноз, поставленный в различных медицинских учреждениях.

В ходе первого этапа исследования также были выявлены различные критерии доверия к врачу:

- профессиональная подготовка врача (знание о дипломах и сертификатах врача, наличие «клятвы Гиппократа», которая является гарантом качественного оказания услуг каждого врача, ее дававшего);
- внешний вид врача (привлекательный, аккуратный; современный внешний вид): «*Важно, чтобы врач мне понравился, если не понравится, то все — никакого доверия*»;
- грамотность (правильное произношение, наличие грамотной речи);
- особенности взаимоотношения с пациентом (время, уделенное каждому пациенту, внимательность, доброжелательность).

В ходе интервью обнаружилась финансовая составляющая, которая косвенно связана с возникновением доверия. Финансы опосредуют особенности взаимоотношения с врачом: «*Есть возможность врачам больше заработать и поэтому они будут уделять каждому пациенту больше времени и тщательнее разбирать его проблемы*», а также прямо пропорционально связаны с качеством оказания услуг: «*Думаю, что врачи в платных центрах более качественно выполняют свою работу, поскольку им за оказание этих услуг платят*».

Таким образом, критерии формирования доверия, полученные в результате данного исследования, соотносятся с уже известными по литературе [Изюмова, 2009; Силуянова, Яковлев, 2009]. Но в то же время исследование сегмента платных медицинских услуг определило наличие финансовой составляющей доверия, которая в представлении пациентов, оказывает влияние на работу врача, качество исполнения услуг, отношение врача к пациенту.

Уровень доверия до и после посещения платных и бесплатных медицинских центров. Нами был проведен анализ различий уровня доверия до и после обращения в платные и бесплатные медицинские учреждения, оцениваемого по шкале Лайкерта. Для этого был использован непараметрический критерий Уилкоксона. В результате были обнаружены значимые различия в уровнях доверия до и после обращения в платные медицинские центры ($Z = -10{,}2$, $p \leq 0{,}01$), а также и в бесплатные ($Z = -6{,}6$, $p \leq 0{,}01$). Средние ранги уровня доверия представлены на рис. 1.

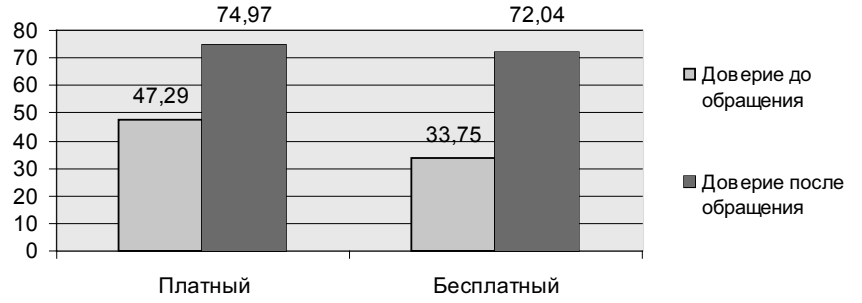


Рис. 1. Различие уровня доверия до и после обращения в медицинские центры (средние ранги)

Как видно из рис. 1, уровень доверия до обращения как в платные, так и в бесплатные медицинские учреждения ниже, чем уровень доверия после обращения. Это указывает на то, что опыт взаимодействия с организацией и персоналом способствует формированию доверия.

Далее были проанализированы различия в уровнях доверия к платным и бесплатным медицинским центрам. Для этого также использовался критерий Уилкоксона. В результате были получены значимые различия уровня доверия до обращения к платным и бесплатным медицинским центрам ($Z = -4{,}5$, $p \leq 0{,}05$), а также после обращения ($Z = -3{,}9$, $p \leq 0{,}05$). Значения средних рангов представлены на рис. 2.

Как видно из рис. 1 и 2, уровень доверия к платным медицинским организациям значимо выше, чем к бесплатным.

Данный факт может быть обусловлен субъективными ожиданиями пациентов, а также существующими представлениями

о большей надежности платного медицинского центра по сравнению с бесплатным.

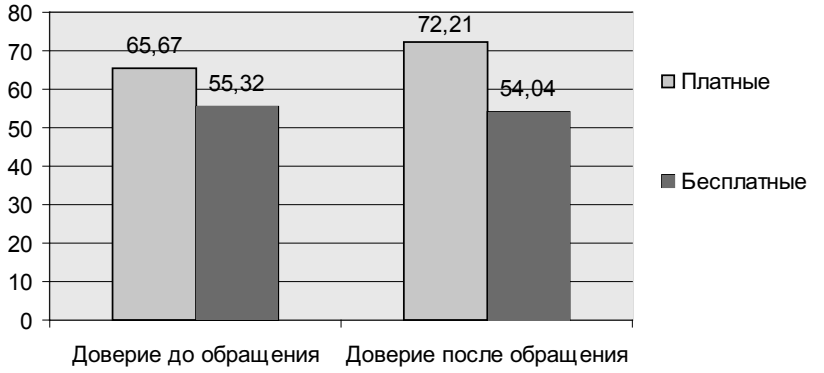


Рис. 2. Средние ранги уровня доверия до и после обращения в платные и бесплатные медицинские центры

Критерии доверия к платным и бесплатным медицинским организациям. В исследовании были обнаружены различия в выраженности критериев формирования доверия к платным и бесплатным медицинским учреждениям. Различия были выявлены с помощью критерия Уилкоксона. Результаты представлены в табл. 1.

Таблица 1

Выраженность критериев формирования доверия к платным и бесплатным медицинским организациям

Критерии доверия	Средний ранг		Z
	Бесплатные	Платные	
Дипломы и сертификаты врача	56,09	66,89	−3,564
Опыт обращения в центр друзей	52,28	70,08	−7,389
Время, уделенное врачом	41,2	73,77	−8,229
Клятва Гиппократа	64,74	51,10	−5,878
Постоянное обращение в одно и то же учреждение	50,97	74,06	−6,967
Наличие необходимого оборудования	49,46	75,09	−5,409
Внешний вид врача	66,48	55,51	−3,505
Высококвалифицированная помощь при первом обращении	52,52	66,64	−6,255

Из табл. 1 видно, что для платных медицинских организаций наиболее значимыми критериями для возникновения доверия являются такие характеристики центра, как необходимое оборудование, собственный позитивный опыт обращения в центр, а также опыт обращения друзей и знакомых. Более важными критериями доверия по сравнению с бесплатными учреждениями выступают также характеристики врача, такие как наличие у него дипломов и сертификатов, а также время, которое он уделяет пациенту. Что касается бесплатных учреждений, то данная врачом клятва Гиппократа, а также его внешний вид в большей степени способствуют формированию доверия.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на формирование доверия к платным медицинским центрам большее влияние оказывают объективные характеристики самого центра и персонала, которые могут свидетельствовать о наличии необходимых условий для качественного оказания услуг. Также в случае доверия к платным учреждениям важным представляется опыт личного взаимодействия с организацией. Таким образом, можно заключить, что доверие к платным медицинским центрам формируется в результате более сложного процесса оценки и соотнесения с результатами прошлого опыта, нежели доверие к бесплатным центрам, которое больше основано на верованиях и стереотипах. Возможно, данное различие обусловлено необходимостью финансовых затрат, а также недостаточной известностью и отсутствием большого опыта обращения к платным услугам (по сравнению с бесплатными). Также, исходя из результатов, можно предположить, что доверие, основанное на тщательной переработке существующей информации, будет выше, чем основанное на наивных представлениях, верованиях.

Таким образом, была доказана гипотеза о существовании различий в особенностях доверия к платным и бесплатным медицинским организациям. А именно были выявлены значимые факторы, формирующие доверие у пациентов платных и бесплатных медицинских учреждений, и показано, что общий уровень доверия к платным медицинским учреждениям выше, чем к бесплатным.

Причины обращения в платные и бесплатные медицинские организации. Для установления особенностей потребительского

поведения на рынке медицинских услуг мы провели исследование причин обращения в платные и бесплатные медицинские центры, значимых критериев при выборе медицинского учреждения, а также частоты обращения.

Для выявления различий в причинах обращения в платные и бесплатные медицинские учреждения использовался непараметрический критерий Уилкоксона. Значимые различия представлены в табл. 2.

Таблица 2

Значимые различия оценок причин обращения в платные и бесплатные медицинские учреждения

Причины обращения	Средний ранг		Z
	Бесплатные	Платные	
Возможности	49,38	69,75	−6,027
Сервис	17	71,89	−10,389
Атмосфера	33,5	66,29	−9,459
Качество услуг	41,8	61,31	−8,712

Были выделены значимые различия причин обращения в платные и бесплатные медицинские учреждения. Полученные результаты можно объяснять более положительными ожиданиями от посещения платного медицинского учреждения, чем бесплатного. Так, обращаясь в платную медицинскую организацию, испытуемые ожидают, что процесс лечения будет проходить в комфортных условиях (удобное время посещения, вежливый персонал, возможность прохождения процедур в одном месте). В то время как, обращаясь в бесплатное медицинское учреждение, экономия денег приводит к необходимости жертвовать комфортом и удобством.

Также были получены различия в критериях выбора платных и бесплатных медицинских учреждений (см. табл. 3). Для этого был использован непараметрический критерий Уилкоксона.

Как видно из табл. 3 наиболее значимыми критериями при выборе платного медицинского учреждения стали: квалификация персонала и подтверждающие ее документы, отзывы, полученные от друзей, знакомых и из СМИ, а также расположение медицинского центра. Наиболее значимым критерием, оказы-

вающим влияние на выбор бесплатного медицинского центра, является «острая боль».

Таким образом, можно сделать вывод, что при выборе платного медицинского центра респонденты больше обращают внимание на информацию, которую они могут получить об этом учреждении. Тогда как выбор бесплатного медицинского центра в большей степени делается под воздействием обстоятельств.

Таблица 3

Значимые различия важности критериев при выборе платных и бесплатных медицинских учреждений

Критерии выбора медицинских учреждений	Средний ранг		Z
	Бесплатные медицинские учреждения	Платные медицинские учреждения	
Реклама	40,43	75,88	−10.061
Отзывы и рекомендации знакомых	34,9	70,8	−9,915
Дипломы и сертификаты центра	61,21	71,62	−2,881
Квалификация медицинского персонала	33,57	77,01	−8,683
Отзывы и рекомендации в СМИ	53,76	71,98	−4,686
Расположение медицинского центра	59,59	67,44	−3,078
Острая боль	75,97	43,78	−9,803

Значимость информации для возникновения доверия потребителей, как отмечалось, уже доказана в проведенных ранее исследованиях [Kim et al., 2007]. Кроме того, полученные в результате нашего исследования данные соотносятся с установленными нами различиями в критериях формирования доверия, предполагающих более тщательный анализ существующей информации о медицинском учреждении и его персонале. Важность информации и ее более тщательная проработка при выборе платного медицинского учреждения может быть обусловлена осознанием ценности денег. Пациент готов платить деньги за услуги только в том случае, если он уверен в позитивном исходе. Такую уверенность пациент может получить, основываясь на некотором прошлом опыте других пациентов или же на информации, указанной в СМИ. Поэтому пациент анализирует всевоз-

можные данные об этом учреждении и на основе этого анализа составляет свое мнение о нем. В качестве более значимого критерия при выборе медицинского центра также выступает квалификация персонала, что соотносится с исследованием доверия и субъективного риска для здоровья пациентов. Показано, что при субъективно высоком уровне риска для здоровья «очень важными» характеристиками выступают такие характеристики персонала, как ответственность, компетентность и просто его наличие [Изюмова, 2009]. Выбор бесплатного медицинского учреждения, согласно результатам нашего исследования, обусловлен острой болью, не требует времени на поиск и оценку информации и осуществляется по привычке.

Для установления различий в частоте обращения в платные и бесплатные медицинские учреждения был проведен анализ таблиц сопряженности с помощью критерия χ^2. Значения $\chi^2 = 19{,}960$ ($p = {,}001$) свидетельствуют о существовании значимых различий в частоте обращения в платные и бесплатные медицинские учреждения (см. рис 3).

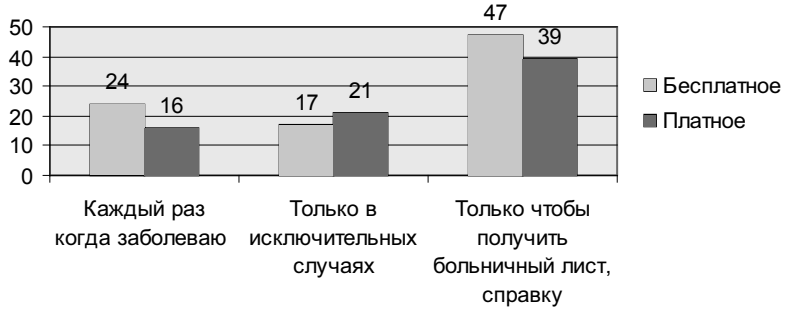


Рис. 3. Частота обращения в платные и бесплатные медицинские учреждения

На рис. 3 видно, что наиболее часто респонденты обращаются как в платные, так и в бесплатные медицинские учреждения для получения справки и больничного листа, причем в бесплатные центры для этих целей они обращаются чаще. Также респонденты скорее обратятся в бесплатное медицинское учреждение всякий раз, когда заболеют. Таким образом, исходя из результатов анализа, бесплатные медицинские учреждения более привычны для пациентов, в связи с этим они чаще в них обра-

щаются, несмотря на достаточно низкий уровень доверия к ним. Тем не менее в исключительных случаях, связанных с высоким уровнем риска для здоровья, пациенты скорее обратятся в платное медицинское учреждение, нежели в бесплатное.

Таким образом, в исследовании также были выявлены различия потребительского поведения на рынке платных и бесплатных услуг, выражающихся в частоте обращения, в значимости основных критериев выбора учреждения, а также в причинах обращения.

Заключение

В качестве критериев доверия к медицинским учреждениям определены характеристики организации (оснащение, качество услуг и т.п.), основанные на прошлом опыте взаимодействия и информации в СМИ, а также характеристики врача (квалификация, внешний вид, время, уделенное врачом пациенту, и т.п.). Для платных медицинских организаций дополнительно был выявлен финансовый критерий доверия, взаимосвязанный с представлениями о более высоком качестве услуг и лучшем отношении к пациенту.

Доверие к медицинским организациям формируется исходя из опыта взаимодействия с ними. Установлено, что уровень доверия до обращения в организации значимо ниже, чем после обращения.

Критерии и уровень доверия заметно различаются для платных и бесплатных медицинских учреждений. Так, уровень доверия к платным учреждениям значимо выше, чем к бесплатным. В качестве основных критериев формирования доверия к платным центрам выступают квалификация врача, наличие необходимого оборудования, а также существующий опыт обращения в центры. Для бесплатных центров критериями формирования доверия являются более абстрактные (клятва Гиппократа), а также иррациональные критерии (внешний облик врача).

Потребительское поведение, связанное с причинами и частотой обращения, а также критериями выбора медицинского учреждения, значимо отличается для платных и бесплатных центров. В бесплатные центры обращаются чаще при возникнове-

нии проблем со здоровьем, в платные центры обращаются значительно реже — в исключительных случаях. Выбор платного медицинского центра обусловлен более положительными ожиданиями качества, комфорта, приятной атмосферы. Процесс выбора платного центра сопряжен с более тщательной переработкой информации и оценкой прошлого опыта взаимодействия с центром, его возможностей и характеристик персонала.

Резюмируя результаты исследования, можно сделать вывод о взаимной обусловленности особенностей доверия и потребительского поведения пациентов медицинских учреждений. Так, рассматривая платный сегмент рынка медицинских услуг, можно заключить, что высокий уровень доверия формируется в результате сложного процесса поиска анализа и обработки информации, касающейся данных учреждений, высокой значимости объективных критериев, характеризующих как учреждение в целом, так и его персонал. Несмотря на более высокий уровень доверия, при возникновении проблем со здоровьем в платные медицинские центры обращаются реже, чем в бесплатный, но чаще при возникновении исключительных случаев, связанных с риском для здоровья. Бесплатные медицинские учреждения характеризуются меньшем уровнем доверия, а в качестве критериев возникновения доверия выделяются субъективные критерии, не связанные напрямую с показателями квалификации врача или надежности центра. Но тем не менее частота обращения в бесплатные медицинские центры при возникновении проблем со здоровьем значимо выше, чем в платные. Возможно, такая корреляция обусловлена финансовым фактором, который требует также больше затрат временны́х и интеллектуальных ресурсов при принятии решения и выборе платного медицинского учреждения. Бесплатные же центры являются более экономичными для пациентов и в связи с этим более предпочтительными для решения проблем, связанных со здоровьем, хотя доверие к ним невысокое.

© Патоша О.И., Сашина М.А., 2013

Раздел IV
ДОВЕРИЕ КАК ОСНОВА СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Глава 13. Персональный социальный капитал, доверие и социально-психологические характеристики личности

Введение

В настоящее время так называемые слабые связи, то есть взаимоотношения с малознакомыми людьми, оказывают все большее влияние на профессиональную карьеру и на эффективность совместной деятельности. Все более актуальной становится проблема формирования и функционирования горизонтальных связей в организации. Наряду с традиционными трудовыми коллективами в жизни организации и в карьере ее сотрудников все бóльшую роль играют социальные сети и сообщества с низкой сплоченностью и размытыми групповыми границами [Нестик, 2009]. Слабые связи становятся все более ценным экономическим ресурсом, однако этот факт в экономической психологии пока не нашел должного отражения.

Интенсивное развитие электронных средств коммуникации, появление виртуальных сообществ, блогосферы и электронных социальных сетей существенно изменило не только объем и структуру круга общения личности, но и способы формирования деловых и профессиональных связей, используемые молодежью.

При этом если социально-психологические исследования социального капитала групп и организаций уже проводятся, то персональный социальный капитал как социально-психологический феномен остается практически не изученным. Особенно мало внимания уделяется влиянию личностных характеристик на структуру индивидуальной социальной сети, а также на предпочитаемые личностью способы ее использования и расширения.

В настоящей главе предпринимается попытка социально-психологического анализа феномена социального капитала личности с целью определения его психологических функций и струк-

туры, а также факторов его формирования. Особое внимание уделено метакогнитивной функции социального капитала личности в сетевом обществе. В работе представлены некоторые результаты проведенных нами поисковых эмпирических исследований, а также намечены дальнейшие перспективы изучения социального капитала личности в социальной психологии.

Основные подходы к изучению социального капитала

Понятие социального капитала как никакое другое позволяет связать психологический, нравственный, духовный и экономический планы жизни индивида, группы и общества. Кроме того, понятие социального капитала позволяет в полной мере реализовать потенциал теории обмена (прежде всего ценностного обмена), недостаточно использованный социальными психологами. Исследования формирования социального капитала в межличностных отношениях дают возможность проследить, как отношения объективные превращаются в отношения субъективные, психологические, как они трансформируются в образы (например, репутацию), конвертируются в отчуждаемые ресурсы (например, деньги).

Первоначально понятие социального капитала применялось именно *к индивидам*, под ним подразумевались: совокупность актуальных и потенциальных ресурсов индивида, связанных с использованием устойчивой сети более или менее институционализированных отношений знакомства и взаимного признания [Bourdieu, 1980]; ценность аспектов социальной структуры для акторов как ресурсов, которые они могут использовать для достижения своих целей [Coleman, 1988]; друзья, коллеги и контакты более широкого круга, посредством которых появляются возможности для использования собственного финансового и человеческого капитала [Burt, 1992].

Лишь позднее социальный капитал стал интерпретироваться как *характеристика группы и общества в целом*: характеристики социальной жизни — сети, нормы и доверие, которые побуждают участников к более эффективному совместному действию по достижению общих целей [Putnam, 1995]; «силы, которые увеличивают потенциал экономического развития общества путем соз-

дания и поддержания социальных связей и моделей социальных организаций» [Turner, 2000]; культура доверия и терпимости, в которой появляются обширные сети добровольных ассоциаций [Inglehart, 1997].

В структуре группового социального капитала в качестве ключевых элементов разные авторы выделяют те или иные социальные нормы и институты: обязательства и ожидания, информационные каналы, социальные нормы [Coleman, 1988]; социальные институты, неформальные горизонтальные связи, социальные нормы [Woolcock, 1998]; структурные аспекты (сила связей и конфигурация сети), когнитивные (общие символы, представления, язык, совместная история), отношенческие (доверие, нормы, обязательства и групповая идентичность) [Nahapiet, Ghoshal, 1998]; доверие, гражданскую идентичность и социальные сети [Татарко, Лебедева, 2009].

Напротив, при анализе структуры персонального социального капитала основную роль уделяют ресурсам, доступным личности через ее социальную сеть. Так, В.В. Радаев вслед за П. Бурдье выделяет в структуре социального капитала: капитал, инкорпорированный в диспозициях и способностях конкретного обладателя (соблюдение обязательств без санкций, доверие); капитал, объективированный в физической, передаваемой форме (социальные связи, списки контактов); капитал институционализированный (принадлежность к социальному кругу, членство в группе) [Бурдье, 2001; Радаев, 2003]. Другой вариант структуры предполагает выделение: обладателя социального капитала (тех, кто обращается с просьбой); его источников (тех, кто соглашается ответить на просьбу); самих ресурсов, получаемых через социальную сеть [Portes, 1998].

Можно выделить два подхода к изучению социального капитала личности. Согласно первому, социальный капитал личности нельзя считать индивидуальной характеристикой. По аналогии с физическим и человеческим капиталом, воплощенным в орудиях труда и обучении, которые повышают индивидуальную производительность, социальный капитал содержится в таких элементах общественной организации, как социальные сети, социальные нормы и доверие, создающие условия для координации и кооперации ради взаимной выгоды. Социальный

капитал — это социальный клей, который позволяет личности привлечь и объединить дополнительные ресурсы отношений на основе доверия людей друг к другу. «Социальный капитал — это способность индивидов распоряжаться ограниченными ресурсами на основании своего членства в определенной социальной сети или более широкой социальной структуре... Способность к накоплению социального капитала не является индивидуальной характеристикой личности, она является особенностью той сети отношений, которую выстраивает индивид. Социальный капитал — продукт включенности человека в социальную структуру» [Portes, 1998, p. 12–13].

Второй подход предполагает, что социальный капитал связан с эгоцентрическим анализом социальных сетей, при котором изучаются структурные и содержательные характеристики личных связей, завязанных конкретным человеком [Burt, 1992; Wellman, 2002; Kalish, 2008 и др.]. При таком подходе социальный капитал личности может пониматься как индивидуальная характеристика в той мере, в какой личные связи оказываются продуктом целенаправленных усилий и выступают в роли объекта психологических отношений самой личности. С нашей точки зрения, такой подход наиболее продуктивен при анализе персонального социального капитала.

Социальный капитал личности: структура, функции и факторы формирования

На наш взгляд, *социальный капитал личности* можно определить как совокупность ее отношений с другими людьми, облегчающих для нее создание, использование, обмен и конвертацию различного рода экономических ресурсов.

Структура социального капитала личности имеет свою специфику и включает несколько ключевых компонент, среди которых сами ресурсы, сосредоточенные в социальной сети, играют далеко не самую главную роль. В отличие от группового социального капитала, в составе персонального социального капитала нет социальных институтов и групповых норм. Однако в его структуру мы считаем необходимым включить некоторые компоненты, входящие в групповой и организационный социальный капитал,

в том числе идентичность и доверие. Среди элементов социального капитала личности можно выделить: 1) социальную идентичность личности, 2) социальную автобиографическую память, разделяемую личностью со своими знакомыми, 3) социально-психологическое пространство личности, то есть представление личности о своих связях, 4) доверие и репутация, накопленные личностью в отношениях, 5) ресурсы социальной сети, а также 6) отношение личности к своим социальным связям как ресурсу.

Социальная идентичность выполняет важнейшую структурообразующую роль внутри социального капитала личности: отождествление личностью себя с определенной социальной группой позволяет ей чувствовать свою причастность к тем ресурсам, которые накоплены ее знакомыми. Таким образом, социальная идентичность является своего рода психологическим «кошельком», связывающим воедино различные ресурсы в разнородной социальной сети личности. Принципиальным и пока не решенным исследовательским вопросом остается проблема объединения ресурсов сети при множественной социальной идентичности. По-видимому, социальный капитал личности внутренне неоднороден и больше похож на множество «счетов», открытых в разных «банках» (социальных группах, с которыми себя идентифицирует личность). Релевантность той или иной идентичности в определенной ситуации может влиять на представление личности о доступных ей ресурсах сети и в конечном счете на их объем и конвертируемость.

Социальная автобиографическая память, разделяемая личностью со своими знакомыми, на наш взгляд, выполняет роль когнитивного «клея», встраивая опыт взаимодействия личности с другими людьми в ее *Я*-нарратив, в автобиографические представления. Кроме того, межличностные отношения включены в индивидуальную временну́ю перспективу личности и в соответствии со степенью их реализованности могут относиться к психологическому прошлому, настоящему или будущему [Головаха, Кроник, 1984]. Персональный круг знакомств не просто характеризуется определенным уровнем доверия, это доверие в персональном социальном капитале имеет форму личных воспоминаний, событий биографии, включенных в социальный и даже исторический контекст.

Социально-психологическое пространство — относительно новый для российской психологии конструкт, под которым обычно понимают совокупность психологически значимых для личности социальных объектов. Социально-психологическое пространство — это субъективированная среда, то есть «избирательно воспринятая и оцененная, представленная в сознании и освоенная, дополненная и преобразованная, а точнее сказать, «порожденная», созданная, сформированная и поддерживаемая самим субъектом в соответствии с его жизненными принципами и смыслами, ценностями и целями и т.д.» [Купрейченко, Журавлев, 2012, с. 38].

По существу, речь идет о том, как личность представляет и переживает те межличностные и межгрупповые отношения, в которых она участвует. В этом психологическом пространстве отношений объективно доступные ресурсы социальной сети — когда друзья и знакомые готовы предоставить всю необходимую помощь — могут восприниматься как бесконечно далекие и даже несуществующие, исключенные из рассмотрения. Включение социально-психологического пространства в состав структуры персонального социального капитала продиктовано тремя обстоятельствами. Во-первых, с социально-психологической точки зрения капиталом могут считаться только те ресурсы персональной сети, о которых личность осведомлена или наличие которых предполагает. Во-вторых, доступность ресурсов персонального социального капитала носит прежде всего субъективный характер: структура нашей сети и ее ресурсы подчиняются системе ценностей и социальным нормам, которых мы придерживаемся, они находятся под влиянием наших представлений о том, как к нам относятся или могут отнестись окружающие.

Доверие и репутация, накопленные личностью в отношениях, выполняют функцию «ключа», открывающего для личности доступ к ресурсам сети. Их основной формой являются психологические образы личности, разделяемые ее знакомыми. Уровень доверия имеет двусторонний характер — речь идет не только о доверии к личности, но и о ее доверии своим контрагентам. Напротив, репутация является коллективным представлением о личности, разделяемым двумя или более ее знакомыми, она может формироваться и передаваться вне ее непосредственного

влияния. Если социально-психологическое пространство является отношением личности к своей социальной среде, то репутация — это феномен межличностного восприятия, в котором фиксируется отношение к личности у людей, входящих в ее социальное окружение.

Под *ресурсами персональной социальной сети* нами понимается совокупность объективно существующих финансовых, информационных, социальных и символических ресурсов, находящихся в распоряжении людей, считающих данного человека своим другом или знакомым. При этом ресурсы нашей социальной сети могут значительно отличаться от нашего представления о них.

Отношение личности к социальным связям как ресурсу, на наш взгляд, также является частью ее социального капитала. Капиталом является лишь то, что имеет в наших глазах ценность, представляется нами как возможность производства, использования, сохранения или инвестирования. Именно отношение личности к социальным связям как ресурсу (субъективная значимость личных связей, валентность их оценки личностью, ориентация на их использование и развитие) превращает их в социальный капитал. Вне такого отношения круг друзей и знакомых, каким бы разнообразным и обширным он ни был, остается социально-психологическим пространством, не имеющим инструментального, экономического измерения. Важным исследовательским вопросом при этом являются условия, при которых личность считает позволительным рассматривать свои связи как ресурс в решении личных или групповых задач. Использование личных связей ограничено целым рядом этических норм и социальных институтов. Более того, личные связи глубоко разнокачественны: социальный капитал не может служить универсальным средством обмена, его невозможно передать вместе с записной книжкой или базой данных. Поэтому отношение личности к использованию и расширению своих связей должно рассматриваться во взаимосвязи с другими личностными смыслами и ценностями.

Персональный социальный капитал выполняет несколько важнейших *социально-психологических функций*. Во-первых, это *идентификационная функция*: личные знакомства являются маркером принадлежности к определенной социальной группе, экономическому статусу, что красноречиво описывается рас-

хожим наблюдением «скажи, кто твои друзья, и я скажу, кто ты». Более того, представление личности о своих социальных связях и открываемых ими возможностях могут являться важным элементом ее *Я*-концепции. Во-вторых, это *функция социальной защиты и поддержки*: социальный капитал делает личность более устойчивой к стрессовым и кризисным ситуациям (угрозы жизни и собственности, потеря работы, жилья, болезнь близких и т.п.), позволяет найти не только эмоциональную, но и материальную или административную поддержку. В-третьих, это *социализирующая и нормативная функция*: круг знакомств включает значимых других, к мнению которых человек прислушивается, людей, олицетворяющих значимые для личности ценности и нормы. Именно потеря уважения или понимания со стороны знакомых нередко удерживает личность от нарушения ряда групповых норм. В-четвертых, персональный социальный капитал выполняет *функцию конвертации ресурсов*: как известно, одни и те же деньги или информация могут иметь совершенно разную ценность в руках людей с разными связями. Именно наличие знакомств позволяет превращать одни ресурсы в другие, эффективно конвертировать информацию, доверие и финансы в рыночные, профессиональные и карьерные возможности. Типичными примерами такой конвертации могут служить деловые партнерства и коррупционные связи в российской экономике. В-пятых, социальный капитал личности выполняет *функцию адаптации и стабилизации в условиях изменений*. Эта функция становится все более важной в первые десятилетия XXI в., когда личность принимает на себя все больше различных социальных ролей и все чаще проходит через смену профессий, мест жительства и работы. Наличие в круге знакомств ядра и периферии, новых контактов и старых друзей одновременно закрепляет изменения в нашей жизни и поддерживает преемственность нашего *Я*. Наконец, в-шестых, в условиях экономики знаний все более важной становится *метакогнитивная функция* социального капитала личности. Личные связи превращаются в своего рода метапамять и расширяют наши интеллектуальные возможности. Все более важным становится не то, сколько мы знаем, а то, знаем ли мы тех, кто знает. Именно личные связи, способность найти нужного эксперта помогают

сегодня находить решение сложных проблем в профессиональной и личной жизни.

Среди социально-психологических факторов формирования персонального социального капитала можно выделить личностные, межличностные, групповые и социетальные. В настоящее время наиболее изученными являются групповые и межличностные факторы, тогда как личностные и социетальные факторы формирования персонального социального капитала изучались значительно реже. Во многом это объясняется тем фактом, что львиная доля исследований персонального социального капитала проводится сегодня в сфере организационной психологии и психологии интернет-коммуникаций.

Личностные факторы. Следует заметить, что личностные факторы персонального социального капитала косвенно изучались в отечественной психологии межличностного общения при анализе таких феноменов, как «социальная среда» и «круг общения». Было выявлено влияние на круг общения личности таких ее индивидуальных особенностей, как возраст, межличностная привлекательность, симпатия, потребность в аффилиации, ценностные ориентации (А.А. Бодалев, Н.Н. Обознов, Е.С. Кузьмин, И.С. Кон). Были выявлены возрастные особенности формирования круга общения личности [Хорошилова, 1977].

Можно было бы предположить, что количество связей личности должно зависеть от степени ее экстраверсии, то есть общительности, энергичности и ориентации на установление новых контактов. Между тем эмпирическое исследование Э. Джонсон и ее коллег такой зависимости не подтвердило. Зато была обнаружена взаимосвязь между числом контактов и позитивной самооценкой личности. Позитивно оценивая себя, мы более склонны искать в ситуации позитивные стороны и более ориентированы на установление контактов, которые могли бы быть полезны в нашей работе [Johnson et al., 2003].

Личностные особенности могут быть фактором, влияющим и на само формирование сетей, прежде всего на положение личности в структуре связей, через которые происходит обмен информацией в группе или организации. В частности, исследование Э. Мишры и его коллег показывает, что индивиды, целенаправленно управляющие своей самопрезентацией, то есть впечатле-

нием, производимым ими на коллег и руководство в организациях, чаще занимают центральную позицию в социальной сети обмена информацией, чем индивиды, не придающие производимому ими впечатлению большого значения и стремящиеся просто «быть самими собой» [Mehra et al., 2001]. По-видимому, это объясняется тем, что управление впечатлением позволяет учесть интересы и личные особенности участников общения, то есть облегчает знакомство и установление большого количества слабых связей. Известно, что такие сотрудники легче запоминают информацию, касающуюся других людей, лучше определяют намерения окружающих и легче запоминают других в лицо. Чем дольше работают в организации сотрудники, склонные к «самомониторингу», тем более центральную позицию они занимают в неформальных коммуникациях, тем более разветвлена их сеть знакомств.

Напротив, стремление быть самим собой вне зависимости от ситуации способствует формированию немногочисленных сильных связей: отказ от «самомониторинга» ускоряет приобретение и друзей, и врагов. У таких сотрудников социальная сеть, как правило, закрытая, она ограничена небольшой группой людей, разделяющих одни и те же мнения, и поэтому ограничивает доступ к новой информации и опыту сотрудников.

Еще одной характеристикой, влияющей на объем персональной социальной сети, является «когнитивная потребность», то есть количество ментальных представлений, которые создает индивид в ходе повседневной трудовой деятельности. Как показали исследования М. Андерсона, уровень когнитивной потребности прямо связан с количеством информации, собираемой через личные сети контактов. Кроме того, чем выше когнитивная потребность менеджера, тем более эффективно он использует слабые связи в своей социальной сети [Anderson, 2008].

Межличностные факторы. Среди межличностных факторов формирования персонального социального капитала следует выделить прежде всего феномены межличностного восприятия, а также феномены социально-психологической дистанции и межличностного доверия. Такие феномены межличностного восприятия, как эффект ореола и стереотипизация, играют важную роль при формировании социального капитала, так как основная

его часть складывается из слабых связей [Granovetter, 1973], поверхностных и непродолжительных знакомств. В условиях дефицита информации о своих знакомых личность «достраивает» свои представления о них, опираясь на образ соответствующей социальной группы или первое впечатление. Иными словами, представление личности о ресурсах собственной социальной сети может быть существенно искажено механизмами межличностного восприятия, задействованными при завязывании новых знакомств.

Доступность ресурсов персональной социальной сети в значительной степени определяется воспринимаемой социальной дистанцией между личностью и ее знакомыми, а также стадией развития межличностного доверия. Процесс накопления межличностного доверия наиболее последовательно объясняет модель Р. Левицки и Б. Банкер [Lewicki, Bunker, 1995; McAllister et al., 2006]. По их мнению, формирование доверия проходит три стадии. *Стадия расчета* основана на своеобразной «балансовой стоимости», которую доверяющий мысленно просчитывает за того, кому он доверяет. Она складывается из всех «за» и «против» в случае нарушения новым знакомым взятых на себя обязательств. Доверие на этой стадии достаточно шатко, развивается медленно и может исчезнуть в результате одного ошибочного шага. Обращение партнеров к сетевым ресурсам друг друга на этой стадии регулируется репутационными рисками.

На *стадии опыта* различные гарантии, сдержки и противовесы в значительной степени теряют свой смысл, поскольку поведение нашего знакомого можно предсказать, исходя из его поведения в прошлом в аналогичных ситуациях. Доверие здесь основано на *общих знаниях* о ситуации, способности предсказывать поведение друг друга. На этой стадии возрастает значение эмоциональных составляющих доверия. Развитие доверия происходит за счет серьезных кризисов, критических ситуаций, для разрешения которых требуется взаимопомощь. Именно при разрешении подобных трудностей и расширяется персональный социальный капитал: обращение знакомых за помощью друг к другу подталкивает их к использованию собственных связей, формирует отношение к личным связям как к ценным ресурсам.

На *стадии тождества* можно говорить о партнерах как о людях с единой системой ценностей и представлений, с общей социальной идентичностью. Они настолько хорошо понимают друг друга и настолько едины в оценках происходящего, что вполне могут доверять друг другу представление взаимных интересов в отношениях с остальными людьми. На этой стадии даже единичные серьезные срывы, вызванные ошибочными решениями кого-либо из партнеров, не снижают доверия, если остальные уверены, что их коллега следовал командным принципам. На этой стадии сетевые ресурсы одного из партнеров могут быть практически полностью доступными для другого.

Групповые факторы. Среди групповых факторов социального капитала можно выделить прежде всего групповую коммуникативную структуру, сплоченность и уровень внутригруппового доверия. Так, горизонтальная коммуникативная структура облегчает обращение к коллегам за помощью, а сплоченность и доверие повышают вероятность получения поддержки.

Целый ряд эмпирических исследований показывает, что еще одним важным условием эффективного использования личностью своей сети контактов является осведомленность о том, какими знаниями обладают входящие в нее люди. Чем лучше мы знаем, чем может быть полезен для нас тот или иной эксперт, тем больше вероятность того, что мы к нему обратимся и тем эффективнее мы используем ресурсы своей сети [Cross et al., 2001].

Заметим, что групповые факторы могут как способствовать формированию персонального социального капитала, так и затруднять его. Например, ряд исследований показывают, что сплоченность малой группы повышает уровень взаимопомощи и согласованности действий, но может снижать мотивацию членов команды к выстраиванию внешних связей — с другими командами и заинтересованными лицами в организации [Sapsed et al., 2002]. Исследование 145 проектных команд в области разработки программного обеспечения показало, что уверенность команды в достаточности имеющихся у нее технических знаний и материальных ресурсов снижает ориентацию ее членов на развитие личных сетей контактов [Hoegl et al., 2003]. Напротив, члены команды более активно используют и расширяют свои личные

связи, если в группе принято относиться к личным связям как ценному ресурсу для достижения целей проекта.

Особое значение для формирования персонального социального капитала имеют виртуальные сообщества. Так, исследование, проведенное среди пользователей виртуальной социальной сети Facebook, показало, что социальные сети повышают способность личности поддерживать значимые связи на протяжении жизни [Ellison et al., 2007]. Полученные его авторами результаты свидетельствуют о том, что виртуальные сообщества стимулируют превращение объективно существующих, но не известных личности сетевых возможностей в слабые связи. Это происходит за счет увеличения доступности персональной информации, информирования членов сообщества о величине их личной сети контактов, а также о людях, которые могут быть им полезны.

Социетальные факторы. Макросоциальные факторы формирования персонального социального капитала остаются на сегодняшний день наименее изученными. К ним можно отнести, с одной стороны, социально-экономическое состояние общества, а с другой — культурные нормы и ценности, регулирующие завязывание и использование личных связей. Известно, что в период экономических трудностей трудоспособное население более активно использует свой социальный капитал, обновляя и укрепляя те связи, которые в обычных обстоятельствах используются значительно реже [Штейнберг, 1999; Лылова, 2002; Камушкина, 2003; Тартаковская, 2004 и др.]. Принятые в обществе ценности и нормы не только определяют допустимость обращения к личным связям в тех или иных ситуациях, но и регулируют доступность ресурсов социальной сети личности для ее знакомых. Например, в китайской культуре допускается обращение к знакомым знакомых без непосредственного участия человека, чьи связи используются, достаточно представиться в качестве «знакомого Вашего знакомого». Напротив, в американской культуре социальные сети не обладают такой степенью транзитивности [Gelfand, Cai, 2004]. Можно предположить, что персональный социальный капитал шире и чаще используется в коллективистических обществах, чем в индивидуалистических.

Структурные характеристики персонального социального капитала и его метакогнитивные функции

В рамках эгоцентрического сетевого анализа социальный капитал личности может быть описан через структурные характеристики персональной социальной сети. Совокупность ресурсов, доступных личности через ее персональную сеть с той или иной структурой и определенным уровнем доверия, можно назвать ее социальным капиталом.

Характеристики, разработанные в рамках сетевого анализа, позволяют визуализировать сеть знакомств конкретного человека в виде графа на основе ее размера, плотности, степени централизации, однородности (разветвленности), эквивалентности, силы связей, тесноты, их замкнутости и устойчивости. *Размер сети* — количество знакомых или наибольшее расстояние между любыми парами вершин в графе. Под *плотностью сети* принято понимать количество участников персональной социальной сети, непосредственно связанных между собой. Другим способом ее измерения является соотношение существующих и возможных связей между участниками сети. Однако было бы ошибкой считать, что чем больше наши знакомые знают друг друга, тем быстрее они получают доступ к сетевым ресурсам. Гораздо более важным является то, какие акторы или группы людей занимают центральное положение в нашей сети. Существует три меры *центральности в сети*. Во-первых, центральные акторы соответствуют тем вершинам нашей сети, которые имеют наибольшее число связей, то есть имеют наибольшую степень. Во-вторых, центральная вершина — это вершина, для которой расстояние до остальных вершин сети минимально. В силу этого путь от центральных акторов к другим акторам является наиболее простым, первые имеют бóльшую вероятность получить информацию, циркулирующую в нашей сети, и контролировать распространение этой информации. Третья мера центральности — промежуточность, или степень включенности данного актора в маршруты между другими акторами. В этом случае центральным считается актор, который может контролировать наибольшее число путей в нашей персональной социальной сети как между отдельными акторами, так и между их

группами [Чураков, 2001; Градосельская, 2004]. Однородность сети определяется характером ее участников: например, это могут быть люди одного возраста, одной профессиональной принадлежности и т.п. (однородная сеть), или же в нее могут входить люди разных поколений, сотрудники разных организаций, профессий, разного социального статуса (разнородная сеть). *Теснота, или интенсивность* сети определяется частотой контактов между одними и теми же участниками нашей сети, совершенных за определенную единицу времени. Иными словами, чем реже между нашими знакомыми совершается социальный обмен, тем ниже ее теснота. *Сила связей* определяется тем, насколько легко отношения могут быть разорваны. Она далеко не всегда определяется уровнем доверия (близость отношений, положение на шкале социальной дистанции). Связи могут быть сильными в силу того, что разрыв отношений влечет за собой высокие риски для одной из сторон (например, при разрыве отношений резко сокращаются карьерные возможности). *Устойчивость связей* определяется их длительностью, она тем выше, чем реже меняется состав и структура сети. Наконец, *замкнутость или открытость сети* определяется тем, есть ли в ее составе участники, напрямую не связанные друг с другом.

В сетевом обществе личность не остается замкнутой в виртуальном пространстве, напротив, она получает дополнительные возможности для избирательного расширения своего социального окружения. Используя новейшие коммуникационные технологии, школьник, студент или сотрудник современной компании могут формировать свой социальный мир в соответствии со своими проектами, интересами и предпочтениями. Мы попрежнему связаны между собой, но теперь уже не только и не столько как члены группы, а как индивидуумы: мы быстро переключаемся между своими социальными сетями, самостоятельно управляем своим кругом контактов в поиске информации, порядка, поддержки и чувства принадлежности. Растущая открытость личности миру в эпоху электронных коммуникаций имеет свою обратную сторону — расширяющиеся возможности для произвольного ограничения круга своих контактов. Например, пользуясь мобильной телефонной сетью, мы легко можем избежать общения с оказавшимися рядом незнакомыми нам людьми,

позвонив близкому нам человеку. Таким образом, сотовые телефоны формируют ограниченную солидарность, когда социальная сеть ограничивается сильными связями за счет пренебрежения слабыми [Ling, 2008]. До середины 1990-х годов формирование личности проходило в рамках традиционных, универсальных и «обязательных» форм социальности, таких как соседи по двору или лестничной площадке, однокурсники, сослуживцы или люди, чьи телефоны содержатся в телефонной книге. Сегодня им на смену приходят более избирательные и специфические формы отношений: мобильные рабочие места и удаленная работа, создание виртуальных идентичностей и «аватаров» под различные коммуникативные задачи, определение разных уровней доступа к содержанию блога или личной страницы в электронной социальной сети, наличие у абонента нескольких телефонных номеров для связи с разными кругами знакомых и т.п. Эта персонализация сетевого пространства получила с легкой руки Б. Уэллмана название сетевого индивидуализма [Wellman, Gulia, 1999; Wellman, 2002; Wellman et al., 2003].

Экспериментальные исследования С. Милгрэма, проведенные в 1967 г., подтвердили гипотезу о «тесном мире»: любых двух незнакомых друг с другом человек разделяет цепочка не более чем из шести знакомств. Недавно эксперимент, проведенный Д. Уотсом, в котором 60 тыс. пользователей электронной почты пытались доставить письмо 18 адресатам в 13 странах, пользуясь своими знакомствами, подтвердил эти данные: в среднем сообщения достигали цели на 5–6-ом шаге. Иными словами, если у индивида и его знакомых по 300 контактов, то потенциал его сети составляет не менее 90 тыс. человек [Dodds, Muhamad, Watts, 2003].

Тем не менее, как показывают исследования Р. Данбара, максимальные размеры персональной социальной сети, по-видимому, ограничены приблизительно 150 контактами. Стремясь измерить возможности переработки социальной информации, он установил связь между размером коры головного мозга приматов и размером формируемой ими социальной группы. Несмотря на то что мы являемся членами больших социальных групп и гражданами крупных государств, реальный круг нашего общения намного уже: размер сообществ охотников и собирателей, численность научных сообществ, число людей, которых

мы поздравляем с Новым годом, а также тех, на чью помощь мы рассчитываем, составляет приблизительно 150 человек. Причем в зависимости от социальной дистанции пространство внутри этого круга можно представить в пределах 5, 12–15, 35, 80–100 человек. Например, у нас не более 5 очень близких друзей, а относительно сильные и постоянные связи мы поддерживаем приблизительно с 12–15 людьми [Dunbar, 1996; 2003]. Похоже, что эта закономерность действует и в Интернете: по данным недавно проведенного исследования, привлекательность блогера для пользователей Facebook достигает пика при числе друзей, равном 150, при численности меньше 100 и более 300 популярность блога резко снижается [Tong et al., 2008].

Нашу социальную сеть можно рассматривать как продолжение нашего ума. В нашем мышлении участвует не только пишущая рука и речевой аппарат, но и те люди, которые входят в наш круг общения [Nyiri, 2008]. В самых общих чертах интеллект можно определить как совокупность способностей, позволяющих нам адаптироваться к изменениям в окружающей среде, опираясь на наш опыт. В сетевом обществе развитие такого рода способностей все больше зависит от включенности в сетевое взаимодействие. Из средового фактора интеллекта социальное окружение превращается в важную часть интеллектуальных ресурсов личности. Проблемы, решаемые сегодня в рамках трудовой деятельности, все чаще требуют коллективного творчества и транспрофессиональности, объединения представителей разных профессиональных кругов. Объем информационных потоков настолько велик, а обновление профессиональных знаний становится настолько быстрым, что сами по себе индивидуальные мнемонические способности уже не дают практически никаких преимуществ. Наконец, обучение все в большей мере приобретает совместный и сетевой характер. Оно происходит в обучающихся сообществах, профессиональных сетях, через группы обмена опытом и обучения действием [Нестик, 2005; 2006].

Не случайно в современных условиях повышается роль социального интеллекта, становящегося обязательным условием креативности и инноваций [Стернберг, Григоренко, 1997; Ушаков, 2004]. Именно социальный интеллект позволяет нам объединять

свои способности со способностями других людей, умножая доступные нам интеллектуальные ресурсы.

В сетевом мире наиболее востребованными становятся не различные виды специального интеллекта, а прежде всего метакогнитивные способности, которые, по-видимому, во все времена лежали в основе человеческой мудрости: контроль личности за состоянием своих интеллектуальных ресурсов и саморегуляция процессов переработки информации [Холодная, 2002]. В первую очередь это касается открытости к новому; способности организовывать свою работу в условиях, когда информация недостаточна, избыточна или противоречива; осведомленности об ограничениях своей компетентности, качествах своего ума и необходимости дополнения их способностями и знаниями других людей.

Развитие электронных технологий в конце XX в. позволило практически мгновенно «подключать» к решению проблем других людей и существенно расширило интеллектуальные ресурсы личности, которые теперь включают не только индивидуальные способности конкретного человека, но и опыт, знания, способности участников его социальной сети.

В области организационной психологии целый ряд эмпирических исследований показывает, что важным условием эффективности совместной деятельности является осведомленность сотрудника о том, какими знаниями обладают его коллеги. На доступ к знаниям и опыту других экспертов влияет сила межличностных связей, то есть накопленный уровень межличностного доверия и размер сети в целом, иными словами общее количество контактов.

С одной стороны, чем сильнее связи, тем более важную и конфиденциальную информацию может получить через них сотрудник. С другой стороны, именно слабые, поверхностные связи считаются наиболее важными источниками новых знаний [Granovetter, 1973]. Предполагается, что тесно связанные друг с другом люди знают одну и ту же информацию и не могут сообщить друг другу ничего нового. Слабые связи открывают доступ к самым разнообразным организационным ресурсам. Качество и разветвленность связей работника с другими людьми являются гораздо более важным условием эффективности его деятельности, чем приобретенные им знания и навыки [Dutton, 2003].

В структуре наших знакомств существуют разрывы: мы можем каждый день видеться друг с другом и не знать о тех идеях, товарах и услугах, которые мы могли бы предложить друг другу [Burt, 1992]. Такие разрывы можно сравнить с изоляторами в электрической цепи. Они всего-навсего означают, что люди настолько погружены в дела своего круга контактов, что обращают мало внимания на происходящее в другом кругу. Тут-то и возникает инноватор — «сетевой предприниматель», связывающий их друг с другом через себя в рамках совместного поиска решения интересующей его проблемы. Таким образом, способность личности целенаправленно разветвлять свою социальную сеть, использовать ее разнородность для поиска информации и разработки новых решений становится одной из ключевых компетенций в сетевом обществе.

Эмпирическое исследование социального капитала и социально-психологических характеристик личности

С целью уточнения социально-психологических факторов формирования социального капитала личности нами было проведено несколько поисковых исследований.

Исследование структурных характеристик персонального социального капитала молодежи проводилось нами в рамках исследовательского проекта под руководством Г.У. Солдатовой в 2008 г., участниками которого стали студенты нескольких регионов России ($N = 403$). Анализ значимых различий между студентами с наиболее высокими и студентами с наиболее низкими показателями разветвленности сети контактов ($N = 96$ и $N = 121$) показывает, что первые («нетвокеры») более склонны делиться своими знаниями и опытом, причем даже тогда, когда об этом их специально никто не просит (4,4 и 3,6 при $p = 0{,}001$ по Манну-Уитни). «Нетвокеры» более активно делятся не только знаниями, но и связями (5,1 и 4,4 при $p = 0{,}003$ по Манну-Уитни). Одной из важных особенностей «нетвокеров» является их высокая готовность обращаться за помощью. Чем чаще студенты обращаются за поддержкой или советом, тем разностороннее их связи ($r = 240$ при $p = 0{,}001$ по Спирмену). Обнаружено также, что «нетвокеры» значимо выше оценивают уровень доверия в своей профес-

сиональной среде и более склонны считать, что получаемое ими образование пригодится им в последующей карьере. Напротив, слабая профессиональная идентичность сдерживает использование уже завязанных знакомств и затрудняет приобретение новых.

В другом исследовании, проведенном нами среди школьников, студентов и учащихся техникумов г. Москвы и Московской области (N = 100), изучалась структура сети социальной поддержки учащейся молодежи. Факторный анализ с использованием вращения по методу Варимакс позволил нам выделить структуру двух основных типов социальной сети учащихся — сети эмоциональной поддержки и сети обмена информацией.

В первый фактор сети эмоциональной поддержки (круг непосредственных контактов) вошли те, с кем учащиеся постоянно сталкиваются в учебном заведении и кто может помочь одобрением, сопереживанием и дружеской беседой. Во второй фактор вошли дальние знакомые, которые редко оказывают эмоциональную поддержку или оказывают ее в силу поверхностности, анонимности отношений (знакомые в других учебных заведениях, знакомые в других городах). В третий фактор вошли профессиональные контакты, которые редко предоставляют эмоциональную поддержку, особенно если она не связана с профессиональными или трудовыми отношениями. Четвертый фактор включает круг неформальных контактов (молодежные группы, знакомые в Интернете). Наконец, родственники составили отдельный фактор с наибольшей востребованностью в сети эмоциональной поддержки.

Сеть информационных контактов имеет сходную структуру. В первый фактор вошли контакты, служащие основным каналом повседневного обмена информацией (контакты в Интернете, однокурсники и др.). Второй фактор представлен контактами с эксклюзивной, конфиденциальной информацией (источники в неформальных молодежных группах, школьные психологи). Третий фактор составили редко используемые, но потенциально ценные источники — знакомые в других городах, родственники. Наконец, в четвертый фактор вошли «эксперты» — источники информации, связанной с профессиональным или образовательным контекстом (преподаватели, специалисты в интересующей учащегося области, не работающие в школе / вузе).

В еще одном исследовании социального капитала молодежи, также проведенном нами совместно с Г.У. Солдатовой в 2006–2009 гг., удалось выявить ряд взаимосвязей между отношением личности к времени и особенностями ее социального капитала [Солдатова и др., 2009; Солдатова, Нестик, 2010]. Исследование проводилось в нескольких регионах России: Москве и Московской области, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Чите, Томске, Курске, Орле, Пензе, Ставропольском крае, Краснодарском крае, Владикавказе, Назрани и Грозном. В выборку вошли школьники (38%), учащиеся техникумов (15%) и студенты вузов (47%). Общая численность испытуемых, опрошенных за 2006–2009 гг., составила 2153 человека. Среди респондентов 35% — мужчины, 65% — женщины; средний возраст по выборке — 18,6 года.

Было установлено, что чем выше ориентация испытуемых на прошлое, тем менее они ориентированы на поддержание долгосрочных отношений в целом ($r = -0{,}204$ при $p < 0{,}001$) и отношений с однокурсниками в частности ($r = -0{,}305$ при $p < 0{,}001$), острее переживают социальную изоляцию ($r = 0{,}185$ при $p < 0{,}001$), меньше доверяют своим одногруппникам ($r = -0{,}140$ при $p = 0{,}001$), менее ориентированы на расширение своей социальной сети ($r = -0{,}132$ при $p = 0{,}047$). Ограниченность межличностных отношений при ориентации на прошлое может быть связана с переживанием фрустрации, отсутствием перспектив. При этом негативная оценка своего прошлого связана с нежеланием делиться своими контактами ($r = -0{,}139$ при $p = 0{,}035$), а позитивная оценка собственного прошлого — с ориентацией на поддержание уже имеющихся отношений ($r = 0{,}239$ при $p < 0{,}001$).

Чем более выражена ориентация испытуемых на настоящее, тем выше их ориентация на долгосрочные отношения ($r = 0{,}387$ при $p < 0{,}001$) и тем больше указываемое ими число друзей в учебном заведении ($r = 0{,}165$ при $p < 0{,}001$). Ориентация на настоящее оказалась прямо связана с высокой оценкой сплоченности в своей студенческой группе ($r = 0{,}207$ при $p = 0{,}001$), а также с ксенофобией ($r = 0{,}136$ при $p = 0{,}001$) и числом социальных групп, относимых испытуемым к категории «чужие» ($r = 0{,}151$ при $p = 0{,}001$). Полученные нами результаты согласуются с дан-

ными Ф. Зимбардо, согласно которым ориентация личности на гедонистическое настоящее предполагает стремление получать удовольствие от общения с друзьями, поддерживать тесные социальные контакты [Зимбардо, Бойд, 2010]. Связь ориентации на настоящее с показателями ксенофобии может объясняться стремлением подчеркнуть групповые границы, отделяющие среду комфортного общения («мы», «свои» здесь и сейчас) от среды чужих, незнакомых людей.

Ориентация на будущее прямо связана с позитивным образом будущего ($r = 0{,}208$ при $p < 0{,}001$) и уверенностью в своей способности влиять на него ($r = 0{,}258$ при $p < 0{,}001$). Чем выше ориентация на будущее, тем выше ориентация на долгосрочные отношения в целом ($r = 0{,}190$ при $p < 0{,}001$) и на поддержание долгосрочных отношений с однокурсниками ($r = 0{,}276$ при $p < 0{,}001$). Ориентация на будущее прямо связана с разветвленностью социальной сети ($r = 0{,}136$ при $p = 0{,}001$), частотой получения информационной поддержки от знакомых ($r = 0{,}173$ при $p < 0{,}001$), а также с объемом социального капитала ($r = 0{,}195$ при $p < 0{,}001$), в том числе с количеством знакомых, на помощь которых испытуемые рассчитывают в будущем ($r = 0{,}146$ при $p < 0{,}001$). Можно предположить, что ориентация на будущее предполагает более прагматичное отношение к личным контактам, чем ориентация на настоящее. Ориентированные на будущее молодые люди стремятся использовать свои связи для продвижения по карьерной лестнице, профессионального роста, достижения жизненных целей. При этом на первый план выходит не столько сеть эмоциональной поддержки, длительных и доверительных отношений, сколько разнородная сеть знакомств, обеспечивающая доступ к информации и новым связям. Горизонт планирования, являющийся одной из характеристик протяженности временно́й перспективы, оказался прямо связан с разветвленностью социальной сети ($r = 0{,}179$ при $p < 0{,}001$), интенсивностью получаемой через эту сеть социальной поддержки ($r = 0{,}200$ при $p < 0{,}001$), а также активностью участия в общественных мероприятиях ($r = 0{,}243$ при $p < 0{,}001$). При этом обнаружена прямая связь между уровнем доверия к людям и протяженностью горизонта планирования испытуемыми своей жизни ($r = 0{,}181$ при $p < 0{,}001$). По-видимому, доверие позволяет

расширить не только социально-психологическое пространство личности, но и ее психологическое время. Чем выше межличностное доверие, тем дальше способна личность с уверенностью заглядывать в будущее. Вместе с тем долгосрочность планирования прямо связана с индивидуалистическими установками ($r = 0{,}161$ при $p < 0{,}001$), что можно объяснить возрастными особенностями нашей выборки: студенты ориентированы преимущественно на личный успех, причем, как показывают отечественные исследования, уровень индивидуализма российской молодежи продолжает расти [Татарко, Лебедева, 2007].

Таким образом, временна́я ориентация личности связана со структурой ее социального капитала: *чем более выражена ориентация на будущее, тем больше разветвленность слабых связей; напротив, чем более выражена ориентация на настоящее, тем больше число тесных, дружеских связей.*

Социальный капитал личности, как выяснилось, связан и с некоторыми особенностями установок в отношении организации своего времени. Так, например, чем выше полихронность испытуемых, тем разветвленнее их социальная сеть ($r = 0{,}239$ при $p < 0{,}001$) и тем выше их ориентация на ее расширение ($r = 0{,}203$ при $p = 0{,}002$).

Позитивный образ будущего прямо связан с разветвленностью социальной сети ($r = 0{,}458$ при $p < 0{,}001$) и доверием к людям ($r = 0{,}234$ при $p < 0{,}001$). При позитивном образе будущего испытуемые более ориентированы на расширение своей социальной сети ($r = 0{,}228$ при $p < 0{,}001$), более склонны делиться своими знаниями ($r = 0{,}207$ при $p = 0{,}002$) и личными связями ($r = 0{,}188$ при $p = 0{,}005$). Иными словами, оптимизм по отношению к будущему способствует формированию позитивного социального капитала, облегчающего социальный обмен между представителями различных социальных групп. Напротив, чем более негативным представляется испытуемым их будущее, тем выше уровень негативного социального капитала («связи для своих»), ниже уровень доверия к незнакомым людям и однороднее социальная сеть. *Можно предположить, что ожидание трудностей заставляет наших испытуемых опираться прежде всего на сильные связи, доверительные, проверенные временем дружеские контакты. Возможно, именно самооценка и образ будущего выступают ключе-*

выми регуляторами активности личности в расширении своей социальной сети за счет слабых связей, поверхностных знакомств.

При изучении персонального социального капитала переговорщиков автором совместно с А. Лагуткиной в 2011 г. была разработана авторская анкета «Отношение к использованию и формированию персональной социальной сети контактов», которая была апробирована на выборке из 98 человек. Анкета включает 40 вопросов, направленных на диагностику отношения к использованию и формированию персональной социальной сети контактов. Для уменьшения размерности и дальнейшего анализа нами был проведен факторный анализ. Были выделены переменные, абсолютное значение веса которых более 0,5. По результатам анализа нами было выделено пять факторов: 1) использование сети контактов в переговорах (14,8% объясненной дисперсии; «*На встречах и переговорах я ссылаюсь на общих знакомых, если есть такая возможность*», «*Когда я готовлюсь к важной встрече или переговорам, собрать нужную информацию мне удается через знакомых*» и т.п.); 2) ориентация на непосредственную выгоду от сети контактов (11,6%; «*Если я знакомлю людей друг с другом, то стараюсь извлечь из этого непосредственную выгоду*», «*Я использую личные контакты в деловых целях*» и т.п.); 3) ориентация на поддержку сети (9,5%; «*На вопрос "Не знаете ли Вы кого-нибудь, кто бы мог...*" *я отвечаю утвердительно*», «*Я охотно знакомлю людей друг с другом*»); 4) целенаправленное развитие сети (8,8%; «*Я прикладываю усилия, чтобы завести полезные знакомства в разных кругах общества*», «*Я целенаправленно развиваю свою личную сеть контактов*» и т.п.); 5) ориентация на свободный обмен информацией в сети (7,8%; «*Когда кто-либо из моих знакомых обращается ко мне за советом, я охотно делюсь с ними своими знаниями*»; «*Я охотно обращаюсь за советом к своим знакомым*» и т.п.).

При этом нами были обнаружены значимые различия между опытными и начинающими переговорщиками по следующим переменным: использование социальной сети контактов в переговорах ($p = 0,014$); ориентация на непосредственную выгоду ($p < 0,001$); ориентация на развитие сети ($p < 0,001$) и ориентация на поддержку сети ($p = 0,024$). Чем бóльшим опытом обладают переговорщики, тем большее значение они придают исполь-

зованию и расширению своих личных связей, что подтверждает важную роль персонального социального капитала не только для социономических профессий, но и для экономической деятельности в целом.

В исследовании, проведенном совместно с А. Лагуткиной, нами также была обнаружена значимая положительная корреляция между временно́й ориентацией на будущее и такими элементами отношения к использованию и формированию социального капитала, как ориентация на поддержку сети ($r = 0{,}250$, $p = 0{,}013$), ориентация на непосредственную выгоду от сети контактов ($r = 0{,}286$, $p = {,}004$), ориентация на развитие сети ($r = 0{,}382$, $p < 0{,}001$) и использование сети контактов в переговорах ($r = 0{,}309$, $p = 0{,}002$).

Также была обнаружена значимая отрицательная корреляция между доверием и ориентацией на получение непосредственной выгоды в персональной социальной сети ($r = -0{,}250$, $p = 0{,}13$). Как и ожидалось, была подтверждена значимая прямая корреляция между эмоциональным интеллектом и такими переменными, как ориентация на поддержку сети ($r = 0{,}429$, $p < 0{,}001$), ориентация на непосредственную выгоду ($r = 0{,}234$, $p = 0{,}021$), ориентация на развитие сети ($r = 0{,}424$, $p < 0{,}001$) и использование сети контактов в переговорах ($r = 0{,}301$, $p = 0{,}003$). Ориентация на развитие и использование своей сети предполагает высокую степень способности понимать и управлять межличностными отношениями, своими эмоциями и эмоциями других людей.

Все характеристики отношения личности к использованию и развитию своей социальной сети оказались прямо связанными с представлением о социальных связях как экономическом ресурсе и инструменте социального влияния. Оценка связей как экономического ресурса значимо связана с ориентацией на поддержку сети ($r = 0{,}248$, $p = 0{,}014$), ориентацией на развитие сети ($r = 0{,}461$, $p < 0{,}001$), ориентацией на непосредственную выгоду от контактов ($r = 0{,}357$, $p < 0{,}001$) и использованием персональной сети контактов в переговорах ($r = 0{,}393$, $p < 0{,}001$). Оценка связей как дружеских отношений положительно связана с ориентацией на поддержку сети ($r = 0{,}295$, $p = 0{,}003$). Оценка связей как социального влияния также имеет значимую корреляцию с ориентацией на поддержку сети ($r = 0{,}387$, $p < 0{,}001$),

ориентацией на развитие сети ($r = 0{,}298$, $p = 0{,}003$), ориентацией на непосредственную выгоду от контактов ($r = 0{,}362$, $p = 0{,}001$) и с использованием персональной сети контактов в переговорах ($r = 0{,}335$, $p = 0{,}001$). Оценка связи как возможности достижения успеха имеет значимую корреляцию с использованием персональной социальной сети контактов в переговорах ($r = 0{,}445$, $p < 0{,}001$), а также с ориентацией на непосредственную выгоду от социальной сети контактов ($r = 0{,}419$, $p < 0{,}001$). Таким образом, эмпирические данные подтверждают высказанное нами ранее предположение о том, что использование личностью своей сети контактов прямо связано с ее отношением к социальным связям как ценному ресурсу.

Наконец, была обнаружена связь отношения личности к социальным связям как ресурсу с ценностными ориентациями. Ориентация на развитие сети связана с ценностями «Традиции» ($r = 0{,}204$, $p = 0{,}044$) и «Достижения» ($r = 0{,}209$, $p = 0{,}039$); использование контактов в переговорах положительно коррелирует с такой ценностью, как «Власть» ($r = 0{,}249$, $p = 0{,}014$). Ориентация на поддержку сети контактов связана с ценностью «Достижения» ($r = 0{,}278$, $p = 0{,}006$); ориентация на непосредственную выгоду от сети связана с такими ценностями, как «Традиции» ($r = 0{,}204$, $p = 0{,}12$), «Власть» ($r = 0{,}324$, $p = 0{,}001$), и обратно связана с ценностью «Самостоятельность» ($r = -0{,}219$, $p = 0{,}03$). Это может объясняться тем, что при формировании социальной сети власть и самостоятельность предстают как противоположные ценности — самостоятельность направлена на достижение целей своими силами, на самостоятельность действий, в то время как власть, напротив, ориентирует на использование других людей в качестве «инструмента» при решении своих задач.

Заключение

Персональный социальный капитал, понимаемый нами как совокупность отношений личности с другими людьми, облегчающих для нее создание, использование, обмен и конвертацию различного рода экономических ресурсов, — является пока еще недостаточно изученным в экономической психологии феноменом, приобретающим все большее значение для понимания

механизмов неформальной экономики, обмена знаниями в организациях, экономического поведения в сетевом обществе.

Основными элементами персонального социального капитала можно считать (1) социальную идентичность личности, (2) социальную автобиографическую память, разделяемую личностью со своими знакомыми, (3) социально-психологическое пространство личности, то есть представление личности о своих связях, (4) доверие и репутацию, накопленные личностью в отношениях, (5) ресурсы социальной сети, а также (6) отношение личности к своим социальным связям как ресурсу.

Среди психологических факторов формирования социального капитала могут быть выделены (1) личностные (потребность в аффилиации, ценностные ориентации, самооценка, управление самопрезентацией, когнитивная потребность и др.), (2) межличностные (стереотипизация и эффект ореола при межличностном восприятии, уровень межличностного доверия и др.), (3) групповые (коммуникативная структура группы, сплоченность и внутригрупповое доверие, осведомленность членов группы о знаниях друг друга), а также (4) социетальные (коллективные представления о социально-экономическом состоянии общества, культурные нормы и ценности, регулирующие завязывание и использование личных связей).

Эмпирически подтверждена связь характеристик персонального социального капитала с такими личностными особенностями, как характеристики временнóй перспективы, склонность обращаться за помощью, уровень доверия к людям, эмоциональный интеллект, ориентация на ценности самостоятельности, достижений и власти.

Намечая дальнейшие перспективы исследования персонального социального капитала, можно выделить четыре направления исследований.

Во-первых, требует дальнейшего уточнения взаимосвязь между отдельными элементами персонального социального капитала. В частности, необходимо прояснить связь социальной идентичности личности и характеристик ее социальной сети, а также роль автобиографической памяти в формировании социально-психологического пространства личности, ее представлений о своем социальном окружении.

Во-вторых, необходимо дальнейшее уточнение различий между персональным и групповым социальным капиталом, а также психологических механизмов, обеспечивающих транзитивность социальной сети, возможность обмена личными связями внутри группы.

В-третьих, малоисследованными остаются социокультурные факторы формирования персонального социального капитала. Особенно перспективными в этой связи нам представляются исследования в области кросскультурной психологии социального капитала [Татарко, 2010 и др.].

В-четвертых, важной задачей является выделение психологических типов отношения личности к своим связям. Например, можно предположить, что существует несколько психологических типов долгосрочной и краткосрочной ориентации личности при построении отношений. Например, «клановый» тип характеризуется высокой долгосрочностью в отношениях с близкими людьми, предполагает высокий «объединяющий» социальный капитал (однородные и сильные связи в социальной сети). Напротив, «сетевой» тип характеризуется высокой долгосрочной ориентацией в отношениях как с близкими, так и с далекими, малознакомыми людьми, когда любое знакомство рассматривается как расширение сети долгосрочных контактов. Такой тип предполагает не только высокий объединяющий, но и «связывающий» социальный капитал (разветвленные сильные и слабые социальные связи). Можно предполагать наличие «маргинального» типа, характеризующегося краткосрочной ориентацией при построении отношений, ограниченностью или отсутствием сильных связей, низким социальным капиталом.

© Нестик Т.А., Соломаха И.А., 2013

Глава 14. Модели экономического поведения и социальный капитал русских и представителей народов Кавказа[1]

Введение

Появление и развитие понятия социального капитала в экономике явилось логическим развитием концепции человеческого капитала. Широкую известность термин «социальный капитал» получил благодаря исследованиям политолога Р. Патнэма [Патнэм, 1996] и работам социолога Дж. Коулмана, концептуальная статья которого, всесторонне рассматривающая феномен социального капитала, вышла на русском языке в 2001 г. [Коулмен, 2001]. Социальный капитал — это совокупность психологических отношений [Шихирев, 2003], конвертируемых в другие формы капитала. Наличие социального капитала в группе способствует эффективности ее деятельности [Коулмен, 2001]. Аналогичные процессы происходят на социетальном уровне — общество, имеющее запас социального капитала, оказывается более успешным в экономическом развитии [Knack, Keefer, 1997; и др.], люди в таком обществе более здоровы и счастливы [Almedom, 2005; Kennedy et al., 1998; Putnam, 2001].

В социальной психологии это понятие в течение длительного времени использовалось мало, существует очень небольшое количество социально-психологических работ, касающихся в той или иной степени этого явления [Нестик, 2003; 2007; Шихирев, 2003; Cohen et al., 2001; Nahapiet, Ghoshal, 1998;], а эмпирические социально-психологические исследования социального капитала как целостного явления в социальной психологии отсутствуют. При этом отдельные феномены, объединяемые понятием

[1] 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»).

«социальный капитал», в социальной психологии изучаются, но целостной концепции социального капитала и методологии его оценки в социальной психологии на настоящий момент нет. А связи с таким положением дел разработка данной проблематики становится новым теоретико-эмпирическим направлением в социальной психологии.

Социальный капитал, наряду с другими формами капитала, способствует благосостоянию и конкурентоспособности нации. Помимо этого, согласно данным Р. Патнэма, полученным в США, существует высокозначимая положительная связь социального капитала с хорошим здоровьем, благополучием, ощущением счастья и отрицательная — со стремлением к уклонению от налогов [Putnam, 2001]. Высокий социальный капитал общества не только способствует процветанию и повышению благосостояния нации, но и делает ее представителей более гармоничными, благополучными и социально ответственными. Положение социального капитала по отношению к другим формам капитала можно охарактеризовать следующим образом: «...в то время как экономический капитал находится у людей на банковских счетах, и человеческий капитал находится в их головах, социальный капитал располагается в структуре их отношений» [Portes, 1998, p. 7].

Сам термин «социальный капитал» содержит определение, которое указывает на то, что обозначаемое им явление обладает существенными отличиями от других форм капитала, но вторая часть термина — «капитал» — делает этот концепт привлекательным для большого круга лиц, в том числе социологов, экономистов и социальных психологов.

П.Н. Шихирев, рассматривая феноменологию социального капитала применительно к психологической науке, а также соотношение понятия «социальный капитал» с предметом социальной психологии, отмечал следующее: «Анализ развития социальной психологии за последние 100 лет позволяет сформулировать следующее представление о ее предмете. Это наука о роли психологических факторов в социальном процессе, который рассматривается как движение системы социальных связей, осуществляющееся посредством обмена формами (образами, мнениями и т.п.), в которых зафиксированы позиции и ценности участ-

ников процесса, их отношение (оценка) к отношению (связи). Ядро этого отношения, равно как и ядро всей психики человека, — этические ценности, этические принципы, независимо от степени их осознания. Практически все примеры, которыми Коулман иллюстрирует свою концепцию, — это примеры, полностью соответствующие такому пониманию предмета психологии. Качество отношений между родителями и детьми как необходимое условие успехов детей в школе, то есть качество образования; уровень доверия в производственной группе как условие ее эффективности, качество отношений в студенческих кружках. Из каких основных факторов "самовозрастает" социальный капитал? Поскольку социальный капитал по данному выше определению — качество социальных отношений, то в первом приближении можно высказать гипотезу о том, что он рождается из соединения неких особых качеств отношений между людьми с их жизнедеятельностью» [Шихирев, 2003, с. 18–19].

Таким образом, несмотря на то что понятие «социальный капитал» до недавнего времени в психологии не использовалось, феномены, объединяемые данным понятием, такие как доверие, групповая (социальная) идентичность, групповая сплоченность, имеют давнюю историю изучения в этой науке.

Проанализировав существующие в социологии, экономике, социальной психологии точки зрения на структуру социального капитала, мы полагаем, что наиболее релевантными для психологии измерениями социального капитала общества являются *доверие* и *аутгрупповая толерантность*.

Анализ социального капитала позволяет сказать, что он имеет три основные функции [Handbook of social capital.., 2010]:

- способствует развитию экономики, снижая трансакционные издержки,
- способствует формированию политической активности и ответственности граждан общества,
- способствует здоровью, психологическому благополучию и удовлетворенности жизни граждан.

В настоящем исследовании мы сосредоточимся на первой функции социального капитала и рассмотрим, каким образом социальный капитал взаимосвязан с установками на различные виды экономического поведения.

На уровне общества социальный капитал значительно связан с этнической культурой общества [Культура имеет значение.., 2002; Фукуяма, 2006; Allik, Realo, 2004], в определенной степени даже определяется ею. Это делает кросскультурные сравнения социального капитала особенно важными при его исследовании в поликультурном обществе, каким является Россия. Говоря об актуальности исследования доверия (являющегося «ядром» социального капитала), А.Л. Журавлев отмечал: «Особое значение для современной социальной психологии имеет *поиск социокультурных детерминант* доверия и недоверия, а также анализ *массовых феноменов* — доверия и недоверия в больших социальных группах. Существующие в этом направлении философские, социологические и экономические работы, в том числе изучение доверия и недоверия отдельных групп российского населения к различным социальным институтам и явлениям, должны получить психологическое обоснование и интерпретацию в ходе эмпирических исследований» [Журавлев, 2008, с. 20].

Культура и религия как элемент культуры оказывают влияние как на социальный капитал (например, на уровень доверия, готовность к кооперации, готовность соблюдать общепринятые нормы и законы), так и на экономические установки и представления людей. В работе Л. Гуизо с коллегами «Опиум для народа. Религиозные и экономические установки» на индивидуальном уровне (данные World Values Survey, контроль на страновые эффекты и индивидуальные характеристики респондентов: возраст, пол, образование, доход, субъективный социальный статус, уровень здоровья) авторы показывают связь между религиозными конфессиями и экономическими установками [Guiso, Sapienza, Zingales, 2003]. Установки включают: отношение людей к кооперации, женщинам (набор вопросов о том, кто в приоритете при получении работы, образования и др. — женщина или мужчина), правительству (доверие правительству и другим правительственным учреждениям), закону, рыночной экономике, бережливости и конкуренции. Авторы включают в анализ такие религиозные конфессии, как протестантизм, католицизм, ислам, буддизм, иудаизм. Религиозность в целом оказывается положительно связанной с установками, способствующими развитию свободного рынка и институтов. Религиозные люди больше доверяют другим

людям и правительству, в меньшей степени склонны нарушать закон и больше верят в рыночную справедливость, но менее толерантны и в меньшей степени поддерживают права женщин. Связь между религиозностью и рыночными механизмами (стимулы, конкуренция и частная собственность) менее ясна. Частота посещения церкви повышает уровни доверия, а бóльшая нетерпимость связана с религиозным воспитанием. Обе переменные повышают уровни доверия к правительственным институтам. Авторы обнаруживают и непосредственно межконфессиональные расхождения. В целом они приходят к заключению, что христиане склонны в большей степени поддерживать ценности, способствующие экономическому росту, мусульмане, напротив, разделяют наиболее антирыночные ценности. В отношении внутрихристианских расхождений результаты неочевидны: протестанты характеризуются бóльшими уровнями доверия и поддержкой экономических стимулов, католики более бережливы и больше ценят частную собственность и конкуренцию.

Отметим, что в отличие от Р. Патнэма, Р. Инглхарта, Р. Ла Порта [Putnam, 1993; Inglehart, 1999; La Porta, 1997] Л. Гуизо с коллегами не получают значимого негативного эффекта католицизма на большинство исследуемых экономических предпочтений, наоборот, этот эффект в большинстве случаев положителен. В частности, оказалось, что католики активно поддерживают частную собственность, конкуренцию, характеризуются доверием к правительству и юридической системе, считают, что причина бедности — лень (то есть высоко ценят труд). Объясняя выявленные отличия, они тестируют гипотезу об изменениях в ценностных предпочтениях, произошедших в католицизме после Второго Ватиканского Собора. Католики, родившиеся после Второго Ватиканского Собора (дамми-переменная на дату рождения после 1960 г.), склонны в большей степени поддерживать рынок, конкуренцию, и характеризуются более высокими уровнями доверия по сравнению с католиками старшего возраста.

Таким образом, прояснить различные аспекты влияния социального капитала на экономику без обращения к социально-психологическим методам его изучения и без рассмотрения его в сравнительно-культурной перспективе весьма затруднительно. По сути, социальный капитал — это определенные психологиче-

ские отношения, и для их изучения необходимо применение социально-психологического подхода. Немаловажно также то, что социальный капитал поликультурного общества (каким является Россия), где живут представители различных культур, конфессий, имеющие различную историю и этногенез, может иметь свои особенности.

Методика исследования

В соответствии с целью исследования выборка (N = 516 человек) была разделена на две подвыборки — русских и представителей народов Кавказа.

В табл. 1 представлены характеристики выборки исследования. В выборку вошли русские (проживающие в Москве, Северо-Кавказском федеральном округе, Чукотском автономном округе), чеченцы, осетины, балкарцы (проживающие в Северо-Кавказском федеральном округе).

Таблица 1

Характеристики выборки исследования

	Регион	Этническая группа	Число респондентов	Пол м./ж.	Возраст
Русские (N = 334)	Москва и МО	Русские	221	92/129	Me = 22
	Ставропольский край	Русские	56	20/36	Me = 20
	Чукотский АО	Русские	57	22/35	Me = 29
Представители народов Кавказа (N = 182)	Чеченская Республика	Чеченцы	37	16/21	Me = 30
	Кабардино-Балкария	Балкарцы	100	48/52	Me = 29
	Северная Осетия-Алания	Осетины	45	17/28	Me = 31

Методики оценки социального капитала. В данном случае оценке подлежали следующие параметры: а) уровень межличностного доверия; б) характеристики гражданской идентичности (позитивность и выраженность); в) толерантность к представителям иных групп.

Общий уровень доверия личности является средним арифметическим ответов на два вопроса, позволяющим оценить, насколько индивид склонен доверять другим людям. Данные вопросы заимствованы из опросника World Values Survey.

Характеристики гражданской идентичности оценивались по двум позициям идентичности по 5-балльной шкале: «Сила» гражданской идентичности (респонденту задавался вопрос: «*В какой степени Вы ощущаете себя представителем своего государства?*»); валентность (степень позитивности) гражданской идентичности (респонденту задавался вопрос «*Какие чувства вызывает у Вас ощущение того, что Вы гражданин своего государства* (*РФ*)?» и пять вариантов ответа — гордость, спокойная уверенность, никаких чувств, обида, ущемленность, униженность — с соответствующей кодировкой от 5 до 1 по убыванию).

Толерантность к представителям иных групп рассчитывалась как среднее арифметическое ответов на четыре вопроса, позволяющих оценить толерантность личности в нескольких сферах. Респонденту необходимо было отметить, насколько терпимо относятся окружающие люди к представителям определенных групп (этнических меньшинств, иных вероисповеданий, сексуальных меньшинств, инакомыслящих).

Методика сценариев экономического поведения. Для изучения установок на различные виды экономического поведения использовался «метод поведенческих сценариев», когда респонденту дается описание социальной ситуации (сценария), а затем его просят дать оценку этой ситуации с помощью специально разработанных шкал. Методика сценариев экономического поведения разработана и апробирована на базе Научно-учебной лаборатории социально-психологических исследований НИУ ВШЭ.

Перед составлением методики предварительно нами были разработаны 11 биполярных измерений экономического поведения, под которые уже разрабатывались конкретные ситуации:

1. «Экономический патернализм — экономическая самостоятельность» (для оценки использовался полюс «Экономический патернализм»).

2. «Экономия времени — экономия денег» (для оценки использовался полюс «Экономия времени»).

3. «Кратковременная — долговременная ориентация (перспектива) в экономическом поведении» (для оценки использовался полюс «Кратковременная перспектива в экономическом поведении»).

4. «Расточительность — экономность» (шкала 7-балльная, нарастание в сторону расточительности, шкала «Расточительность в экономическом поведении»).

5. «Экономический интерес — экономическая индифферентность» (для оценки использовался полюс «Экономическая индифферентность»).

6. «Приоритет прибыли над законом — приоритет закона над прибылью» (для оценки использовался полюс «Приоритет прибыли над законом»).

7. «Экономическая активность — экономическая пассивность» (для оценки использовался полюс «Экономическая пассивность»).

8. «Приемлемость — неприемлемость использования кредитов в повседневной жизни» (для оценки использовался полюс «Неприемлемость кредитов»).

9. «Распределение финансового вознаграждения по равенству — распределение финансового вознаграждения по справедливости» (для оценки использовался полюс «Распределение финансового вознаграждения по справедливости»).

10. «Подверженность — неподверженность импульсивным покупкам» (для оценки использовался полюс «Неподверженность импульсивным покупкам»).

11. «Приоритет размера вознаграждения — приоритет наличия творчества в работе» (для оценки использовался полюс «Приоритет денег над творчеством в работе»).

Способы обработки данных. Для выявления статистически значимых различий использовался *t*-критерий Стьюдента. Для выявления взаимосвязей использовался множественный регрессионный анализ по методу enter с контролем по полу и возрасту. В конечные таблицы вносилась доля дисперсии, объясняемая именно независимыми переменными, исключая дисперсию по полу и возрасту. Также осуществлялся контроль мультиколлинеарности.

Результаты исследования

В процессе анализа данных было поставлено три главных вопроса:

1. Существуют ли различия в показателях социального капитала между русскими и народами Северного Кавказа?

2. Существуют ли различия в установках на различные виды экономического поведения между русскими и народами Северного Кавказа?

3. Как связаны показатели социального капитала с установками на различные виды экономического поведения в группах русских и народов Северного Кавказа?

На начальном этапе анализа при помощи *t*-критерия были сопоставлены средние значения показателей социального капитала, а также шкал оценки сценариев экономического поведения (см. табл. 2)

Таблица 2

Средние значения показателей социального капитала по двум группам

Показатели		**Русские**	**Народы Северного Кавказа**	**Уровень значимости различий**
Характеристики гражданской идентичности	В какой степени Вы ощущаете себя представителем своего государства?	3,42	3,33	0,424
	Какие чувства вызывает у Вас ощущение того, что Вы гражданин своего государства?	2,45	2,64	0,091
Межличностное доверие		2,63	2,59	0,718
Толерантность к представителям иных групп	Этнические меньшинства	**3,22**	**3,51**	**0,004**
	Иные вероисповедания	51	3,62	0,272
	Сексуальные меньшинства	**2,63**	**2,35**	**0,008**
	Инакомыслящие	**3,45**	**3,14**	**0,002**
	Общая толерантность к иным (среднее по 4 вопросам)	3,21	3,17	0,63

Из табл. 2 видно, что статистически значимые различия в показателях социального капитала между русскими и представителями народов Северного Кавказа обнаружены только по некоторым из показателей толерантности (толерантность к этническим меньшинствам выше у представителей народов Северного Кавказа, толерантность к сексуальным меньшинствам и инакомыслящим — у русских). Не выявлено значимых различий в уровне доверия, позитивности, выраженности гражданской идентичности. Притом что значимых различий в общем индексе толерантности к представителям иных групп не оказалось.

Таблица 3

Средние значения показателей шкал сценариев экономического поведения по двум группам

Показатели		Русские	Народы Северного Кавказа	Уровень значимости различий
Экономический патернализм	Эмоциональное предпочтение	2,43	2,81	0,024
	Типичность	4,08	3,47	0,001
Экономия времени	Типичность	3,71	4,06	0,051
Кратковременная перспектива в экономическом поведении	Типичность	4,22	3.80	0,006
Расточительность в экономическом поведении	Эмоциональное предпочтение	3,42	3,88	0,030
	Готовность	3,44	4,05	0,004
Экономическая индифферентность	Типичность	4,56	4,04	0,003
Приоритет прибыли над законом	Готовность	4,43	4,03	0,052
	Типичность	5,20	4,65	0,001
Экономическая пассивность	Эмоциональное предпочтение	2,69	3,18	0,009
	Готовность	2,89	3,34	0,017
	Типичность	4,17	3,78	0,017
Неприемлемость использования кредитов в повседневной жизни	Типичность	3,39	3,77	0,043
Распределение финансового вознаграждения по справедливости	Эмоциональное предпочтение	5,21	4,61	0,005
	Готовность	5,25	4,46	0,000
Приоритет размера вознаграждения над творчеством в работе	Типичность	4,88	4,42	0,005

В табл. 3 представлены результаты сопоставления с помощью *t*-критерия оценок сценариев экономического поведения в группах русских и представителей народов Северного Кавказа (приведены только статистически значимые различия). Из таблицы видно, что статистически значимые различия обнаружены по оценкам 10 из 11 видов экономического поведения, то есть различий довольно много. Большинство различий для данных ситуаций обнаружено по параметру типичности данного поведения для представителей этнической группы, к которой принадлежит респондент.

В табл. 4 и 5 приводятся результаты множественного регрессионного анализа взаимосвязей социального капитала и установок на различные виды экономического поведения, в них представлены только те шкалы оценки сценариев, по которым были обнаружены статистически значимые взаимосвязи с показателями социального капитала.

В табл. 4 можно видеть результаты регрессионного анализа взаимосвязей показателей социального капитала и оценок сценариев экономического поведения на выборке русских. Из таблицы видно, что у русских *уровень доверия* положительно взаимосвязан с оценкой типичности кратковременной перспективы в экономическом поведении; отрицательно — с готовностью нарушать закон ради прибыли и эмоциональным предпочтением приоритета размера вознаграждения над творчеством в работе.

Таблица 4

Взаимосвязь показателей социального капитала и оценок сценариев экономического поведения (русские)

Установки экономического поведения		Предикторы				R^2
		Межличностное доверие	Толерантность к представителям иных групп	Позитивность гражданской идентичности	Выраженность гражданской идентичности	
		β	*β*	*β*	*β*	
Кратковременная перспектива в экономическом поведении	Типичность	0,14*				0,02
Экономическая индифферентность	Эмоциональное предпочтение			−0,15**		0,02
Приоритет прибыли над законом	Эмоциональное предпочтение			0,18**		0,03
	Готовность	−0,15**			−0,14*	0,05
	Типичность			0,16**		0,03
Приоритет размера вознаграждения над творчеством в работе	Эмоциональное предпочтение	−0,14*				0,02

Примечание: *p < 0,05; ** p < 0,01; *** p < 0,001; β — стандартизированные коэффициенты уравнения регрессии; R^2 — доля дисперсии; значение критерия толерантности toler = 0,05.

Толерантность к представителям иных групп не продемонстрировала на выборке русских взаимосвязей с установками экономического поведения.

Позитивность гражданской идентичности отрицательно связана с позитивностью эмоциональной оценки экономической индифферентности и положительно — с эмоциональным предпочтением и оценкой типичности поведения относительно установки на приоритет прибыли над законом.

Выраженность гражданской идентичности отрицательно связана с оценкой готовности вести себя в соответствии с установкой на приоритет прибыли над законом.

В табл. 5 представлены результаты регрессионного анализа взаимосвязей показателей социального капитала и оценок сценариев экономического поведения на выборке представителей народов Северного Кавказа. Из таблицы видно, что *уровень доверия* отрицательно связан со всеми тремя компонентами поведенческой установки на приоритет прибыли над законом, а также с двумя оценками эмоционального предпочтения и типичности поведения для установки на приоритет размера вознаграждения над творчеством в работе. Также уровень доверия продемонстрировал положительную связь с готовностью воспроизводить в поведении установку на неприемлемость использования кредитов в повседневной жизни.

Таблица 5

Взаимосвязь показателей социального капитала и оценок сценариев экономического поведения (народы Северного Кавказа)

Установки экономического поведения		Предикторы				
		Межличностное доверие	Толерантность к представителям иных групп	Позитивность гражданской идентичности	Выраженность гражданской идентичности	R^2
		β	*β*	*β*	*β*	
Экономический патернализм	Эмоциональное предпочтение			−0,25***		0,06
	Готовность				0,23***	0,05

Окончание табл. 5

Кратковременная перспектива в экономическом поведении	Эмоциональное предпочтение		−0,18**			0,03
Расточительность в экономическом поведении	Готовность				0,14*	0,02
Приоритет прибыли над законом	Эмоциональное предпочтение	−0,23**	−0,15*		0,15*	0,10
	Готовность	−0,21**	−0,14*		0,18*	0,08
	Типичность	−0,17*				0,03
Неприемлемость использования кредитов в повседневной жизни	Готовность	0,15*				0,02
Распределение финансового вознаграждения по справедливости	Эмоциональное предпочтение				−0,14*	0,02
	Готовность				−0,15*	0,02
Приоритет размера вознаграждения над творчеством в работе	Эмоциональное предпочтение	−0,15*				0,02
	Типичность	−0,24***				0,06

Примечание: *p < 0,05; ** p < 0,01; *** p < 0,001; β — стандартизированные коэффициенты уравнения регрессии; R^2 — доля дисперсии; значение критерия толерантности toler = 0,05.

Позитивность гражданской (российской) идентичности представителей народов Северного Кавказа отрицательно связана с эмоциональным предпочтением экономического патернализма.

Выраженность гражданской (российской) идентичности у представителей народов Северного Кавказа преимущественно связана с поведенческой компонентой экономических установок. В частности, наблюдается положительная связь со шкалой «готовность» по следующим измерениям: «Экономический патернализм», «Расточительность в экономическом поведении», «Приоритет прибыли над законом»; отрицательная связь выявлена с измерением «Распределение финансового вознаграждения по справедливости». Также обнаружена позитивная связь

выраженности гражданской идентичности с эмоциональной компонентой установки на приоритет прибыли перед законом и отрицательная — с эмоциональной компонентой установки на распределение финансового вознаграждения по справедливости.

Обсуждение результатов

В ходе исследования не обнаружено больших различий в показателях социального капитала между двумя культурно различными группами россиян — русскими, проживающими в различных регионах России, и представителями культур Северного Кавказа. В частности, не обнаружено различий по значениям характеристик гражданской идентичности (выраженности и позитивности) и уровня доверия. Общий индекс толерантности к представителям иных групп тоже не отличается статистически достоверно, однако по шкалам внутри этого индекса обнаружены различия. Конечно, немаловажно то, что группы народов Северного Кавказа объединены в одну выборку и, например, чеченцы, у которых позитивность и выраженность гражданской (российской) идентичности снижена, находятся в одной группе с «пророссийскими» осетинами. Однако основная цель исследования состояла не в выявлении межэтнических различий в индикаторах социального капитала, а в анализе взаимосвязей социального капитала с установками на различные виды экономического поведения.

Вполне вероятно, что если сосредоточиться именно на межэтнических различиях и сравнивать русских с представителями иных этнических групп, то мы получим больше различий в социальном капитале. Так, помимо упомянутых различий между русскими и чеченцами относительно позитивности и выраженности гражданской (российской) идентичности, между русскими и татарами были обнаружены значимые различия в уровне доверия, который был ниже у татар.

Также мы допускаем, что если рассматривать социальный капитал не на социетальном уровне (то есть социальный капитал, который представители рассматриваемых групп «вкладывают» в социальный капитал общества), а на мезоуровне — на уровне малых и средних групп (то есть социальный капитал,

который представители данной группы «вкладывают» в свою малую группу), то здесь мы вполне можем обнаружить различия между русскими и народами Северного Кавказа, например, по параметру группового социального капитала, по сплоченности. Однако можно констатировать, что на макроуровне различий в социальном капитале между данными культурными группами не обнаружено, так как «вклад» в социальный капитал общества у русских и представителей народов Северного Кавказа примерно одинаков. Тем не менее стоит обратить внимание, что по шкалам, входящим в общий индекс толерантности к представителям иных групп, обнаружены некоторые статистически достоверные различия (см. табл. 2). Но в общем индексе эти различия взаимопогашаются, поэтому общий индекс толерантности по отношению к представителям иных групп у русских и народов Северного Кавказа статистически значимо не отличается.

Довольно много достоверных различий обнаружено между данными культурными группами в установках на различные виды экономического поведения. Рассмотрим более подробно обнаруженные различия.

Экономический патернализм — экономическая самостоятельность. В данном случае представители народов Северного Кавказа демонстрируют бóльшую позитивную эмоциональную оценку экономического патернализма, но его типичность выше оценивается русскими. В целом экономический патернализм оценивается негативно представителями обеих этнических групп. Оценки типичности данного вида поведения находятся на среднем уровне в обеих группах.

Экономия времени — экономия денег. Различия обнаружены по этому параметру только по шкале «типичность». Ответы представителей народов Северного Кавказа находятся посередине данной шкалы, русские слегка «тяготеют» в сторону экономии денег.

Кратковременная — долговременная перспектива в экономическом поведении. Здесь также различие проявилось только по шкале «типичность». Ответы представителей обеих групп находятся в районе срединных значений, при этом русские тяготеют чуть больше в сторону кратковременной перспективы, а ответы представителей северокавказских народов немного смещены в сторону полюса долговременной перспективы.

Расточительность в экономическом поведении. В данном случае оказалось, что и позитивность эмоциональной оценки, и готовность к такому виду поведения выше у представителей народов Северного Кавказа.

Экономическая индифферентность. У русских по шкале «типичность» статистически значимо более высокие показатели.

Приоритет прибыли над законом. Статистически значимые различия между ответами русских и представителей северокавказских народов обнаружены по шкалам «готовность» и «типичность». Русские демонстрируют более высокие значения по обеим шкалам по сравнению с представителями народов Северного Кавказа.

Экономическая пассивность. В целом позитивность эмоциональных оценок данного вида поведения и готовность вести себя подобным образом не высоки в обеих группах. Тем не менее можно отметить, что у представителей народов Северного Кавказа оценки несколько выше, чем у русских. По шкале «типичность» оценки выше в обеих группах по сравнению со шкалой эмоциональной оценки, причем у русских они имеют большее значение, чем у представителей народов Северного Кавказа. В данном случае наблюдается рассогласование оценок между аффективным и поведенческим уровнями. Эмоциональные оценки низкие, а типичность такого вида поведения оценивается более высоко.

Неприемлемость использования кредитов. Показатели по данному виду поведения невысокие и наблюдается небольшое, но статистически значимое различие между русскими и представителями северокавказских народов, у которых значения по данному показателю выше.

Распределение финансового вознаграждения по справедливости. В данном случае показатели и позитивных эмоциональных оценок, и готовности вести себя подобным образом выше у русских. Русские в большей степени по сравнению с представителями народов Северного Кавказа тяготеют к тому, чтобы распределять финансовое вознаграждение в соответствии с личным вкладом работника, а не поровну между всеми участниками работы.

Приоритет размера вознаграждения над творчеством в работе. Различия по этому параметру между русскими и представителями

северокавказских народов обнаружены по шкале «типичность», у русских показатели по данной шкале несколько выше.

Как уже отмечалось ранее, наибольшее количество межкультурных различий обнаружено по шкале «типичность данного вида поведения для представителей моего народа», то есть по когнитивному компоненту установки, характеризующему представление об экономическом поведении представителей аутгруппы. В определенной степени такое представление является автостереотипом, то есть схематизированным представлением о том, как поведут себя представители этнической группы респондента в данной ситуации. Реальная же готовность самих респондентов из рассматриваемых культурных групп действовать определенным образом в данной ситуации или эмоциональное отношение к ней отличается значительно меньше. Таким образом, можно отметить, что большинство межкультурных различий в экономическом поведении россиян лежат не в поле отношения к определенным экономическим ситуациям или готовности действовать в них, а в поле стереотипных представлений о типичности того или иного вида поведения представителей своей этнической группы.

Обнаружены связи показателей социального капитала со шкалами оценок установок на определенные виды экономического поведения. Сходных связей значительно меньше, чем различных. Среди сходных взаимосвязей можно отметить, что в обеих группах межличностное доверие отрицательно связано с готовностью воспроизводить в поведении установку на приоритет прибыли над законом; и что межличностное доверие отрицательно связано с эмоциональной компонентой (ее позитивностью) установки на приоритет размера вознаграждения над творчеством в работе.

В целом социальный капитал связан с установками на так называемые продуктивные паттерны экономического поведения представителей обеих культурных групп. Аналогичный эффект наблюдался в прежних исследованиях, при изучении связей социального капитала с экономическими представлениями [Татарко, 2011]. Можно отметить, что социальный капитал у русских препятствует установкам на приоритет прибыли над законом, приоритет размера вознаграждения над творчеством в работе и на экономическую индифферентность. У представителей народов

Северного Кавказа социальный капитал (за исключением выраженности гражданской идентичности) препятствует установкам на экономический патернализм, на приоритет прибыли над законом, на приоритет размера вознаграждения над творчеством в работе и предпочтение кратковременной перспективы в экономическом поведении.

Однако в данных группах встречаются и так называемые контрпродуктивные связи. Например, у русских доверие связано с оценкой типичности в поведении русских кратковременной перспективы. Также позитивность гражданской идентичности связана с оценкой типичности установки у русских на приоритет прибыли над законом. Однако, говоря об этих связях, важно заметить, что в данном случае респондент оценивал не свое поведение (эмоциональное отношение к ситуации и готовность действовать аналогично), а критически оценивал «типичное» поведение представителей своей культуры. Взаимосвязи социального капитала с измерениями экономического поведения, в которых респондент оценивает *собственную установку*, а не представление об окружающих, являются продуктивными по своему смыслу.

У представителей народов Северного Кавказа контрпродуктивные по смыслу взаимосвязи демонстрирует выраженность гражданской идентичности. Такой эффект сложно объяснить, возможно, он является следствием некоторого амбивалентного отношения представителей данных культур к «российской» идентичности.

Если сопоставить логику межкультурных различий в установках на экономическое поведение и логику взаимосвязей социального капитала с данными установками, то мы видим, что различия между культурными группами наблюдаются в основном по шкале «типичность», то есть между *когнитивными* компонентами установок на различные виды экономического поведения. А взаимосвязи показателей социального капитала и установок на различные виды экономического поведения в основном обнаружены по шкале, характеризующей эмоциональную оценку ситуации, то есть с *эмоциональной* компонентой. Таким образом, отличия в установках на экономическое поведение между рассматриваемыми группами являются скорее следствием межкуль-

турных различий. Социальный капитал связан с экономическими установками, но поскольку он достоверно не отличается в рассматриваемых группах, он и не обусловливает обнаруженные в оценках сценариев экономического поведения межкультурные различия.

Важно также отметить, что коэффициенты регрессионных связей по своему размеру небольшие. В прежних исследованиях нами было обнаружено, что коэффициенты корреляции социального капитала и экономических представлений также были небольшими по своей величине [Татарко, 2011]. Это позволяет сказать, что существует взаимосвязь социального капитала не только с экономическими представлениями, но и с реальными поведенческими установками. Однако эта связь несильная, поскольку, по всей видимости, существует большее количество факторов, опосредствующих данную связь.

Заключение

Обнаружено значительное количество различий между русскими и представителями народов Кавказа в установках на различные виды экономического поведения. На основе общего анализа выявленных различий можно заключить, что большинство из них лежит не в поле отношения к определенным экономическим ситуациям или персональной готовности людей действовать в них определенным образом, а в поле стереотипных представлений о типичности поведения представителей своей этнической группы.

Показатели социального капитала на макроуровне взаимосвязаны с установками на различные виды экономического поведения. Однако нельзя сказать, что взаимосвязь очень сильная, поскольку коэффициенты регрессионных уравнений невысоки. Аналогичный эффект был обнаружен при исследовании связи социального капитала с экономическими представлениями. По всей видимости, существует большое количество факторов, опосредствующих связь социального капитала и экономических установок.

По своей направленности большинство взаимосвязей социального капитала с установками на различные виды экономиче-

ского поведения в обеих культурных группах различны. Сходства наблюдаются только по связям классического измерения социального капитала — доверия. В обеих группах межличностное доверие отрицательно связано с готовностью воспроизводить в поведении установку на приоритет прибыли над законом. Также в обеих группах доверие отрицательно связано с эмоциональной компонентой (ее позитивностью) установки на приоритет размера вознаграждения над творчеством в работе.

Социальный капитал у русских отрицательно взаимосвязан с установками на приоритет прибыли над законом, приоритет размера вознаграждения над творчеством в работе. У представителей народов Кавказа социальный капитал (за исключением выраженности гражданской идентичности) отрицательно взаимосвязан с установками на экономический патернализм, на приоритет прибыли над законом, на приоритет размера вознаграждения над творчеством в работе и кратковременную перспективу в экономическом поведении.

В целом социальный капитал связан с установками на так называемые продуктивные паттерны экономического поведения в обеих группах. То есть можно сделать вывод, что экономическое поведение людей, которые делают больший «вклад» в социальный капитал общества (посредством более высокого доверия, толерантности и. т.д.), будет также и более полезным для общества. Такие люди не будут стремиться к приоритету прибыли над законом, будут характеризоваться более высоким интересом к экономике, большей экономической самостоятельностью и т.п. Данный феномен является универсальным для представителей обеих рассматриваемых культур.

© Татарко А.Н., Снеговая М.В., 2013

Глава 15. Социально-психологический капитал как фактор предпринимательского поведения[1]

Введение

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

Другой важный фактор, способствующий развитию общества, — предпринимательство. В экономической теории существует точка зрения, согласно которой предпринимательство и общественно-экономическое развитие тесно связаны между собой [Филинкова, 2007, с. 58]. Например, стремительное развитие экономики послевоенной Японии прежде всего обязано развитию частого бизнеса. Таким образом, переоценить роль предпринимательства в развитии экономики невозможно.

[1] Исследование осуществлено в рамках программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2013 г. (проект ТЗ 92.0 «Ценности и экономическое поведение: тестирование объяснительных моделей в экспериментах и полевых исследованиях»).

В рамках данного исследования мы задаемся вопросом: связаны ли эти два важнейших фактора общественного прогресса между собой? Может ли социальный капитал способствовать развитию предпринимательских инициатив? И если, да, то какие компоненты социального капитала являются для этого наиболее важными?

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

Если обратиться к понятию капитала в классической экономике, то под ним понимают ресурсы, которые могут быть использованы в производстве товаров или оказании услуг [Маршалл, 1993]. В 1960-е годы экономисты Г. Беккер, Х.Дж. Джонсон, Т.У. Шульц обосновали необходимость включения в категориальный аппарат экономической теории термина «человеческий капитал» [Коньков, 2006].

Формирование и развитие понятия *социального капитала* явилось логическим развитием концепции человеческого капитала [Патнэм, 1996; Коулмен, 2001]. П.Н. Шихирев, предлагая социально-психологический подход к анализу феномена социального капитала, отмечает: «За время, прошедшее после публикации статьи Коулмана, 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].

Теоретические основы исследования

Соотношение социального и социально-психологического капиталов. Социальный капитал может быть операционализирован как ресурс, содержащийся в социальных сетях и доступный включенным в них акторам. Таким образом, у данного понятия есть две важные компоненты — это *ресурсы*, содержащиеся в социаль-

ных отношениях, а не люди, и *доступ* акторов к использованию таких ресурсов (см.: [Häuberer, 2011]).

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

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

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

Таблица 1

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

Показатели социального капитала	**Соответствующие показатели социально-психологического капитала поликультурного общества**
Вовлеченность в сообщество, в общественную деятельность (например, подписание петиций), членство в различных организациях [Putnam, Feldstain, 2003; Onyx, Bullen, 2000; Goldfinger, Ferguson, 2009]	Гражданская идентичность (позитивность, выраженность)
Участие в волонтерской деятельности [Lillbacka, 2006; Goldfinger, Ferguson, 2009; Carpenteret al., 2003]	
Соблюдение базовых социальных норм отношений в сообществе [Putnam, 2001; Nahapiet, Ghoshal, 1998]	
Доверие (генерализованное, социальное, институциональное) [Lillbacka, 2006; Goldfinger, Ferguson, 2009; Nahapiet, Ghoshal, 1998]	Доверие: · межличностное доверие · социальное доверие и доверие к представителями иных этнических групп · институциональное доверие
Социальные сети, индивидуальный социальный капитал (количество 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, то есть социально-психологические явления, ответственные за формирование соответствующих элементов социального капитала.

Воспринимаемый социальный капитал — это отношение к обществу в целом. Отношение к обществу — очень обширный конструкт, и когда ведется речь о социальном капитале, необходимо рассмотрение восприятия, оценок людьми тех отношений в обществе, которые и трактуются как социальный капитал. Данный конструкт можно обозначить как «воспринимаемый социальный капитал». Он не является рядоположенным элементом наряду с другими компонентами социально-психологического капитала, скорее он влияет на них, но он представляет собой один из элементов психологической структуры социального капитала общества.

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 к другим людям опосредовано восприятием доверия со стороны других. Или в терминологии некоторых авторов, приписываемым (ascribed) доверием [Van Staveren, Knorringa, 2007; Hduberer, 2011]. Эти результаты хорошо объяснимы с позиций теории социального обмена [Schiff, 1992]. Люди, прежде чем вкладывать в общество свой собственный отношенческий ресурс, оценивают, насколько этот ресурс уже существует и востребован 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 актор постоянно должен *соотносить* со своим окружением» [Градосельская, 2004].

Восприятие уровня социального капитала имеет значение для собственной ориентации на успех и на экономическую активность. Например, М. Килкенни, опираясь на данные эмпирических исследований 800 небольших фирм в 30 городах штата Айова 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].

Экономическое поведение и социально-психологический капитал, как предполагают авторы, не только способствует формированию социального капитала, создающего среду для продуктивного экономического поведения, но непосредственно влияет на социально-психологические явления, регулирующие поведение индивида — на его представления и установки. В контексте данной работы речь идет о предпринимательском поведении. Это предположение обосновывается тем, что существует довольно сильная сопряженность социального капитала (который является следствием наличия ресурса отношений — социального-психологического капитала) с социально-экономическим развитием.

Связь уровня доверия с ростом дохода и занятости была выявлена с использованием показателей по 44 штатам США в период с 1990 по 2000 г. (цит. по: [Westlund, Adam, 2010]). Кроме того, было показано, что уровень доверия влияет на инвестиционное и финансовое поведение. В частности, 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 [Healy et al., 2001]. Доверие связано с тем, что люди начинают более активно пользоваться кредитами [Knack, Keefer, 1997]. Социальный капитал связан и со сберегающим поведением. Установлено, что он оказывает влияние на сберегающее поведение у подростков [Ssewamala et al., 2010].

Исследования предпринимательского поведения в социальной психологии. В настоящее время психология предпринимательства является довольно разработанной областью психологической науки. Накопленных данных достаточно для написания учебных пособий, в том числе и на русском языке [Филинкова, 2007]. Однако вопрос о взаимосвязи социально-психологического капитала и предпринимательского поведения является абсолютно новым как для отечественной, так и для зарубежной психологии предпринимательства.

В социальной психологии, в том числе и в отечественной, феномен предпринимательства довольно активно изучается. Наиболее популярными темами исследований в отечественной социальной психологии являются такие, как:

- изучение социально-психологических факторов деловой активности предпринимателей;
- отношение предпринимателей к морально-этическим нормам;
- удовлетворенность предпринимательской деятельностью;
- личностные качества предпринимателей;
- ценностные ориентации предпринимателей (см.: [Социально-психологические.., 1999]).

Предпринимательству могут быть даны различные определения. Наиболее узкое определение подразумевает наличие собственного дела, бизнеса. Более широкое определение предполагает «подход к работе, основанный на самостоятельности, инициативе, инновативности и принятии рисков» [Gelderen et al., 2008, p. 539]. Предпринимательство имеет отношение к многогранной и лишенной границ карьере. Такого рода карьера предполагает постоянное развитие личности, наличие хороших адаптивных навыков. Предпринимательство одновременно требует от человека гибкости, но при этом предоставляет широкие возможности для самовыражения [Gelderen et al., 2008].

М. Фриз, А. Бауш, П. Шмидт, А. Рауч и Р. Кабст предложили концепцию предпринимательства, основанного на фактах. Данные исследователи считают, что метаанализ является необходимым при исследовании предпринимательского поведения. По их мнению, данный подход может устранить пропасть между теорией и практикой в области предпринимательства, так как

он основывается на нескольких источниках информации, выходя за рамки индивидуального опыта и единичных разрозненных исследований [Frese et al., 2012]. Они ссылаются на то, что зачастую менеджеры действуют, руководствуясь информацией, которая оказывается диаметрально противоположной эмпирически полученным фактам.

В своей статье М. Фриз и коллеги упоминают теорию индивидуальности, согласно которой определенные черты личности позитивно влияют на результаты предпринимательского поведения, в случае если эти черты соотносятся с задачами, стоящими перед собственником бизнеса [Tett, Guterman, 2000]. Кроме того, особенности, которыми предприниматели обладают в большей степени в сравнении с людьми другого рода занятий (стремление к достижениям, внутренний локус контроля и стремление к инновациям), позитивно взаимосвязаны с успехом предпринимательской деятельности [Collins et al., 2004; Rauch, Frese, 2007].

Исследователи частично опровергают данные о том, что бизнес-план не взаимосвязан с успехом в предпринимательской деятельности [Sarasvathy, 2001]. Авторам главы с помощью метаанализа удалось установить, что данное утверждение верно в большей степени для недавно основанных предприятий в отличие от крупных компаний. Также исследователям удалось установить, что наличие партнеров по бизнесу важно для достижения успеха [Read et al., 2009], а самоэффективность и мотивация достижения являются предиктором предпринимательской активности. А наличие коллег и партнеров и доверие к ним — это фактически и есть социальный капитал.

С. Тернер и Ф. Нгуинг провели исследование предпринимательского поведения на выборке представителей Вьетнама в городе Ханой. Молодые предприниматели во Вьетнаме сталкиваются с проблемами, далекими от тех, что заботили поколение их родителей. Реформы, проведенные в 1986 г., направили экономику Вьетнама в сторону капитализма. Исследователи заинтересовались возможностью молодых предпринимателей использовать сети социального капитала (связи и контакты) на пользу собственного бизнеса. Результаты показали, что наиболее используемыми являются семейные узы (являющиеся разновидностью «связывающего» социального капитала). Профессиональ-

ные контакты зачастую остаются незадействованными [Turner, Nguyen, 2005].

Поскольку в данном исследовании нас интересует именно предпринимательское поведение, то в качестве теоретического основания для его социально-психологического исследования нами была выбрана теория планируемого поведения. Рассмотрим основные положения данной теории более подробно.

Теория планируемого поведения. Теория планируемого поведения (ТПП) была разработана А. Айзеном в 1985 г. Она до сих пор остается одной из наиболее популярных социально-психологических моделей, целью которой является предсказание поведения [Ajzen, Cote, 2008].

Согласно ТПП, на поведение человека оказывают влияние в основном три фактора. К первому из них относится мнение о вероятных результатах определенного вида поведения и оценка данных результатов. В ТПП данный фактор носит название «*верований относительно поведения*». Второй фактор представляет собой мнение относительно нормативных ожиданий других людей и готовность соответствовать данным ожиданиям, он получил название «*нормативных верований*». Третий фактор отражает мнение о наличии условий, которые могут способствовать или препятствовать реализации определенного вида поведения, и о воспринимаемой силе данных обстоятельств, он носит название «*верования относительно контроля*» [Ajzen, 2006].

В свою очередь, верования относительно поведения трансформируются в *установку относительно поведения*, которая представляет собой позитивную или негативную оценку определенного вида поведения. Нормативные верования модифицируются в *воспринимаемые нормы*, отражающие воспринимаемое социальное давление, влияющее на совершение определенного поступка или отказ от него. Верования относительно контроля дают начало *воспринимаемому поведенческому контролю*, представляющему воспринимаемую возможность совершения определенного действия [Ajzen, Cote, 2008]. В совокупности установка относительно поведения, воспринимаемые нормы и воспринимаемый поведенческий контроль ведут к формированию *намерения*. В целом чем более позитивна установка и воспринимаемые нормы и чем больше воспринимаемый поведенческий контроль, тем сильнее

должно быть намерение человека совершить определенный поступок [Ajzen, 2006]. Относительная важность каждого из трех предикторов как детерминант намерения может варьироваться в зависимости от специфики поведения, а также от культурных особенностей.

Намерение ведет к реализации определенного поведения. Под намерением подразумевается совокупность индивидуальных мотивирующих факторов, оказывающих влияние на поведение. Намерение представляет собой индикатор того, сколько энергии и сил человек желает затратить для того, чтобы реализовать определенный вид поведения. Чем выше намерение, тем выше вероятность того, что определенное поведение будет осуществлено. Также стоит заметить, что намерение определяет только то поведение, которое индивид реализует или не реализует по собственному желанию, без принуждения [Yang-Wallentin et al., 2004].

Кроме того, следует принять во внимание *реальный поведенческий контроль*. Предполагается, что люди склонны реализовывать намерения при возникновении благоприятных условий. Под последними подразумевается наличие необходимых возможностей или ресурсов (например, денежных средств, времени, навыков или связей) [Ibid.]. Однако человек не может учесть всей информации об обстоятельствах для реализации определенного поведения. Поэтому воспринимаемый поведенческий контроль является «представителем» реального поведенческого контроля при прогнозе не только намерения, но и влияния намерения на реализацию поведения. В свою очередь, реальный поведенческий контроль влияет не только на формирование воспринимаемого поведенческого контроля, но и на взаимосвязь намерения и реализации поведения таким образом, что влияние намерения на поведение усиливается при повышении реального контроля поведения [Ajzen, Cote, 2008]. Рис. 1 схематично отражает суть теории планируемого поведения.

Теория планируемого поведения имеет обширное эмпирическое подтверждение, она использовалась для изучения различных видов поведения, начиная от курения и заканчивая использованием общественного транспорта. В результате исследований было показано, что намерение может быть предсказано с высоким уровнем достоверности с помощью измерения установки

относительно поведения, воспринимаемых норм и воспринимаемого поведенческого контроля [Ajzen, Cote, 2008].

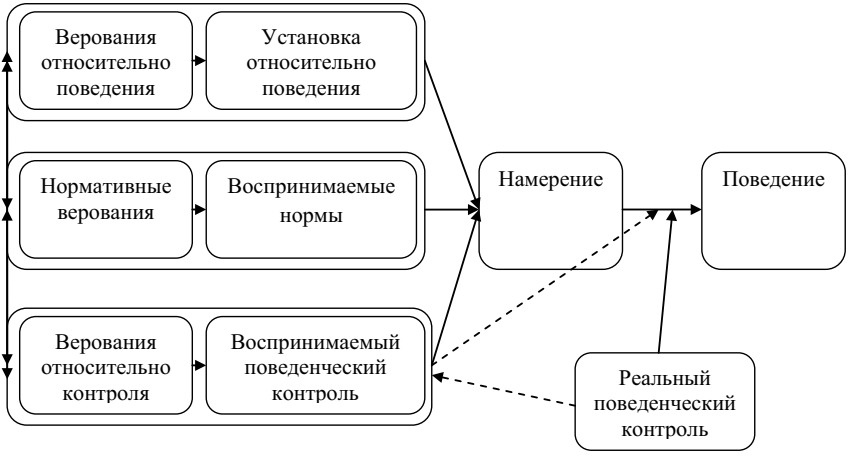


Рис. 1. Теория планируемого поведения

ТПП также применима для изучения предпринимательского поведения. Роберт Энгл и его коллеги использовали ТПП для исследования намерения начать собственное дело на выборке респондентов из 12 стран. В своей статье «Предпринимательское намерение. Оценка модели планируемого поведения в 12 странах» Р. Энгл и его коллеги указывают на предыдущие исследования, объединившие ТПП и предпринимательское поведение [Engle et al., 2010].

Л. Колверейд идентифицировал три составляющих намерения по А. Айзену (установка, воспринимаемые нормы, воспринимаемый поведенческий контроль) при изучении намерения открыть собственный бизнес среди студентов бакалавриата в Норвегии. Все три компоненты оказались значимыми при формировании намерения [Kolvereid, 1996]. Л. Колверейд и А. Ткачев провели исследование среди студентов медицинских и технических специальностей в России с помощью того же инструментария, который использовался для изучения предпринимательского поведения в Норвегии. Все три компоненты продемонстрировали значимый вклад в формирование предпринимательского намерения [Tkachev, Kolvereid, 1999].

А. Файоль с коллегами использовал ТПП для изучения потенциальной эффективности обучающих программ в области предпринимательства [Fayolle et al., 2005]. Е. Отио в своем исследовании обнаружил, что воспринимаемый поведенческий контроль является наиболее значимым предиктором предпринимательского намерения для выборок Ирландии и США [Autio et al., 1997].

Целью исследования Р. Энгла и его коллег было установление степени точности прогностической способности ТПП в формировании намерения открыть собственное дело. В результате было обнаружено, что ТПП объясняет от 9% (Египет) до 42% (США и Испания) дисперсии намерения открыть свое дело на выборке студентов факультета бизнеса. Значимость элементов модели варьировалась в различных странах. Только в России и Финляндии все три элемента (установка относительно поведения, воспринимаемые нормы и воспринимаемый поведенческий контроль) оказались значимыми. За исключением Коста-Рики, где только воспринимаемые нормы оказались значимыми, во всех остальных 11 странах два из трех элементов модели демонстрировали значимые показатели. Данные результаты подтверждают предположение А. Айзена относительно того, что каждый из трех элементов ТПП является значимым, но их значимость варьируется в зависимости от культурных особенностей, вида поведения и ситуации [Engle et al., 2010].

Ф. Запкау и его коллеги использовали теорию планируемого поведения для изучения влияния предшествующего опыта, косвенно связанного с предпринимательской активностью, на намерение открыть собственное дело. Изучалось влияние наличия у респондента родителей или значимых других, имеющих собственно дело, а также опыта работы в небольшой или недавно основанной компании, опыта основания фирмы на три компоненты ТПП (установка относительно поведения, воспринимаемые нормы, воспринимаемый поведенческий контроль). Результаты исследования подтвердили возможность использования ТПП для изучения намерения открыть свое дело. Все три компоненты ТПП оказывали значимое влияние на предпринимательское намерение, наиболее значимым оказалось влияние воспринимаемого поведенческого контроля. Кроме того, было показано,

что предшествующий опыт, косвенно связанный с предпринимательской активностью, влияет на намерение открыть свое дело через три компоненты ТПП. Не было обнаружено значимого влияния предшествующего опыта напрямую на намерение открыть собственно дело. Наличие в окружении значимых других, имеющих собственный бизнес, оказывает положительное влияние на установку относительно основания собственного дела. Наличие опыта работы в небольшой или недавно основанной компании, опыта основания фирмы повышает воспринимаемый поведенческий контроль [Zapkau et al., 2011].

Ф. Линан и Ж. Чен прибегли к ТПП для создания опросника, направленного на измерение предпринимательского намерения, который в дальнейшем был апробирован на выборках Испании и Тайваня. Исследователи также ставили своей целью обнаружение культурных различий в восприятии предпринимательства. В результате апробирования опросника на двух выборках было установлено, что его шкалы являются надежными и валидными. Таким образом, была подтверждена возможность кросскультурного использования ТПП и в целом надежность ТПП. Принцип формирования намерения с помощью установки, воспринимаемых норм и воспринимаемого поведенческого контроля оказался сходным для выборок Испании и Тайваня. Однако респонденты из Тайваня продемонстрировали более позитивную установку относительно поведения и воспринимаемого поведенческого контроля, направленного на создание собственной компании по сравнению с испанскими респондентами. Таким образом, культурные ценности оказывают влияние на элементы ТПП, в частности, на значимость их роли в формировании намерения [Licán, Chen, 2009].

К. Шук и К. Братиану провели исследование с целью измерения намерения румынских студентов открыть собственное дело. Для этого они прибегли к теории планируемого поведения. Кроме того, исследователи хотели получить ответ на вопрос «В какой мере ТПП может предсказать намерение открыть собственное дело в условиях переходной экономики?» [Shook, Bratianu, 2010]. Результаты показали, что ТПП частично может быть применена к румынской реальности. Установка относительно поведения и воспринимаемый поведенческий контроль формируют намере-

ние, демонстрируют позитивную значимую взаимосвязь с ним. Однако воспринимаемые нормы имеют значимую отрицательную взаимосвязь с намерением. Данный результат может быть объяснен укоренением социалистической идеологии, отрицавшей предпринимательскую деятельность.

Таким образом, теория планируемого поведения является надежной моделью для изучения намерения начать предпринимательскую деятельность, которая способна предоставить надежные и валидные результаты.

Основная гипотеза исследования, представляемого в настоящей главе, состоит в том, что социально-психологический капитал влияет на намерение открыть собственный бизнес, но это влияние не является прямым, так как социально-психологический капитал влияет на психологические явления, лежащие в основе планируемого поведения.

Методика. Участники исследования. Методом исследования являлся социально-психологический опрос, проведенный с помощью Интернета. На ресурсе Google размещалась электронная версия анкеты, которая заполнялась респондентами. В исследовании приняли участие 137 респондентов. Характеристики выборки:

- распределение по полу — 47 мужчин, 90 женщин;
- возраст — от 17 до 41 года, Me = 20, размах 24 года, M = 2,4; SD = 2,7;
- образование — среднее 8%, средне-специальное 2,2%, незаконченное высшее (студенты) 79%, высшее 10,8%;
- национальность — 87% русские, 13% представители других национальностей;
- место проживания — 60% респондентов проживают в Москве и Московской области, 40% — в других городах России;
- в семьях у 50% респондентов есть предприниматели.

Респондентам задавался вопрос «*Предпринимали ли Вы попытки открыть собственное дело*?», отрицательные ответы дали 79% респондентов, утвердительные — 21%.

***Инструментарий исследования*:**

1. Методика оценки намерения стать предпринимателем.

Данная методика представляет собой опросник, разработанный в соответствии с теорией планируемого поведения [Ajzen,

1991]. Первоначально на каждую компоненту планируемого поведения в методике приходилось не более четырех утверждений. В результате использования техники моделирования структурными уравнениями (см. рис. 2 и 3) количество вопросов, приходящихся на каждый конструкт, сократилось и их осталось по два-три (содержание утверждений можно увидеть в табл. 2).

Оценке подлежали следующие компоненты планируемого поведения (в случае нашего исследования это было предпринимательское поведение):

- *прошлое поведение* — утверждения 1.1, 1.2, 1.3 (в данном блоке оценивается факт наличия попыток открытия собственного бизнеса и усилия, затраченные при этом);
- *воспринимаемые нормы* — утверждения 1.4 и 1.5 (в данном блоке оценивается, насколько окружающие ведут себя аналогичным образом и одобряют данный вид поведения);
- *воспринимаемый поведенческий контроль* — утверждения 1.6 и 1.7 (в данном блоке оценивается, насколько индивид ощущает уверенность в том, что он в состоянии открыть собственное дело, то есть контролирует ситуацию с открытием собственного бизнеса);
- *аттитюд (установка на открытие собственного бизнеса)* — утверждения 1.8 и 1.9 (в указанном блоке оценивается эмоциональная компонента (нарастание шкал в сторону позитивности) установки по отношению к открытию собственного дела);
- *намерение реализовать поведение* — утверждения 1.10 и 1.11 (в финальном блоке модели планируемого поведения оценивается сила намерения реализовать изучаемое поведение).

В исследованиях Айзена [Ajzen, 1991] показано, что намерение (при учете воспринимаемых норм, воспринимаемого поведенческого контроля и аттитюда) тесно связано с реальным поведением, поэтому оценка намерения позволяет предсказать, насколько вероятно индивид реализует рассматриваемый вид поведения.

2. Методика оценки социально-психологического капитала.

В соответствии с изложенными выше теоретическими представлениями использовалась методика, позволяющая оценить следующие компоненты социально-психологического капитала: генерализованное доверие, социальное доверие, институцио-

нальное доверие, гражданскую идентичность, а также воспринимаемый социальный капитал. Ниже дается краткое описание утверждений, которые были использованы в данных шкалах с указанием на источники. Важно заметить, что утверждений в каждой шкале первоначально было больше, однако по результатам конфирматорного факторного анализа «неработающие» утверждения были отсеяны. В составленных в ходе эмпирической части исследования линейно-структурных моделях использовались только те пункты, которые показали высокую согласованность, и на это, в частности, указывают высокие статистические характеристики моделей. Полные формулировки всех утверждений приводятся в табл. 2.

А. Генерализованное доверие. Источники утверждений:

- утверждение 2.1 использовалось в Европейском социальном исследовании (ESS) и заимствовано из опросника данного исследования;
- утверждение 2.2 [Hduberer, 2011];
- утверждение 2.3 [Woodhouse, 2006].

Б. Институциональное доверие (утверждения 2.4, 2.5, 2.6).

Утверждения для оценки институционального доверия присутствуют в опроснике, использованном в World Values Survey. Но так как в нем содержится довольно большое количество утверждений, то мы отобрали наиболее общие и важные, и переформулировали их так, чтобы они звучали ближе к российской действительности. В результате конфирматорного факторного анализа осталось три пункта, позволяющих оценить доверие к органам федеральной, муниципальной и региональной власти.

В. Социальное доверие.

Данный конструкт оценивался при помощи утверждений 2.7 и 2.8 [Häuberer, 2011].

Г. Гражданская идентичность.

В данном случае оценивалось, насколько индивид ощущает свою сопричастность России и включенность в жизнь российского общества. Утверждения 2.9–2.11, 11.5, 11.7 заимствованы из опросника International Social Survey Program (ISSP), утверждения 2.11–2.13 являются авторскими (см. табл. 2).

Методика оценки воспринимаемого социального капитала (утверждения 2.14–2.19). Это авторские утверждения, с помо-

щью которых оценивается, как индивид воспринимает отношения в обществе, составляющие социальный капитал, — взаимное доверие, приверженность обществу, доверие институтам, готовность прийти друг другу на помощь и т.д.

Результаты исследования

В табл. 2 приводятся дескриптивные статистики (частоты, средние, стандартное отклонение) по всем вопросам методики отдельно. Поскольку при дальнейшей обработке использовался конфирматорный факторный анализ и моделирование структурными уравнениями и модели анализируются целостно, мы не стали объединять соответствующие вопросы в шкалы, а представили их по отдельности.

Таблица 2

Дескриптивные статистики

№	Методика оценки намерения заниматься предпринимательской деятельностью (разработанная по стандартам ТПП)	Max (частота)	Min (частота)
1.1	Сколько раз Вы обсуждали с государственными служащими возможность открытия Вашего собственного дела (укажите)?	6	0
1.2	Сколько раз Вы намеревались открыть собственное дело (укажите)?	10	0
1.3	Если Вы предпринимали.., сколько примерно времени (в часах) Вы потратили на попытки открыть собственное дело (укажите число попыток)?	9	0
		M	**SD**
1.4	Большинство людей, мнение которых важно для меня, полагают, что мне нужно обсудить возможность открытия собственного дела с государственными служащими: 1 (не согласен) — 2 — 3 — 4 — 5 — 6 — 7 (согласен)	3,09	1,62
1.5	Многие люди вокруг меня обсуждают с государственными служащими возможность открытия собственного дела: 1 (сомнительно) — 2 — 3 — 4 — 5 — 6 — 7 (вероятно)	2,59	1,5
1.6	Я уверен, что могу обсудить возможность открытия собственного дела с государственными служащими: 1 (неправда) — 2 — 3 — 4 — 5 — 6 — 7 (правда)	3,61	1,65
1.7	Я уверен, что могу открыть собственное дело: 1 (неправда) — 2 — 3 — 4 — 5 — 6 — 7 (правда)	4,92	1,63
1.8	Поставить перед собой цель открыть собственное дело будет для меня: 1 (плохо) — 2 — 3 — 4 — 5 — 6 — 7 (хорошо)	5,66	1,41

Окончание табл. 2

1.9	Поставить перед собой цель открыть собственное дело будет для меня: 1 (неприятно) — 2 — 3 — 4 — 5 — 6 — 7 (приятно)	5,71	1,34
1.10	Я намереваюсь открыть собственное дело: 1 (неправда) — 2 — 3 — 4 — 5 — 6 — 7 (правда)	4,49	1,95
1.11	Я намереваюсь обсудить возможность открытия собственного дела с государственными служащими: 1 (неправда) — 2 — 3 — 4 — 5 — 6 — 7 (правда)	3,01	1,57
Методика оценки социально-психологического капитала		**M**	**SD**
Пожалуйста, отметьте Вашу степень согласия со следующими утверждениями:			
2.1	Большинству людей можно доверять*	2,56	0,88
2.2	Большинство людей поступают всегда честно	2,30	0,82
2.3	Большинство людей поступают всегда справедливо	2,27	0,75
2.4	Я доверяю органам федеральной власти	2,04	0,87
2.5	Я доверяю органам региональной власти	2,06	0,87
2.6	Я доверяю муниципальной власти	2,01	0,84
2.7	Я могу доверять людям, исповедующим иную религию	3,38	1,06
2.8	Я могу доверять людям других национальностей	3,49	1,01
2.9	Я скорее предпочту быть гражданином России, чем любой другой страны	2,89	1,1
2.10	Я испытываю позитивные чувства от того, что являюсь гражданином России	3,12	0,97
2.11	Я сильно ощущаю свою принадлежность к России	3,13	1,18
2.12	Я горжусь тем, что являюсь гражданином России	3,17	1,05
2.13	Для меня очень важно ощущать принадлежность к России	3,06	1,13
Методика оценки воспринимаемого социального капитала			
Отметьте, пожалуйста, насколько типичны для жителей России указанные варианты поведения:			
2.14	Доверять большинству людей	2,80	1,11
2.15	Быть честными с окружающими людьми	2,75	0,94
2.16	Относиться к окружающим людям как к равным	2,80	0,97
2.17	Помогать друг другу (деньгами, вещами или в поиске работы)	3,43	0,91
2.18	Объединяться с коллегами, друзьями, соседями при возникновении проблем и сообща решать их	3,32	0,89
2.19	Вступать в различные клубы по интересам	2,83	0,94

*Шкалы 5-балльные.

Следующий шаг анализа состоял в проведении конфирматорного факторного анализа с целью подтверждения и верификации модели планируемого поведения Айзена [Ajzen, 1991] на используемой выборке.

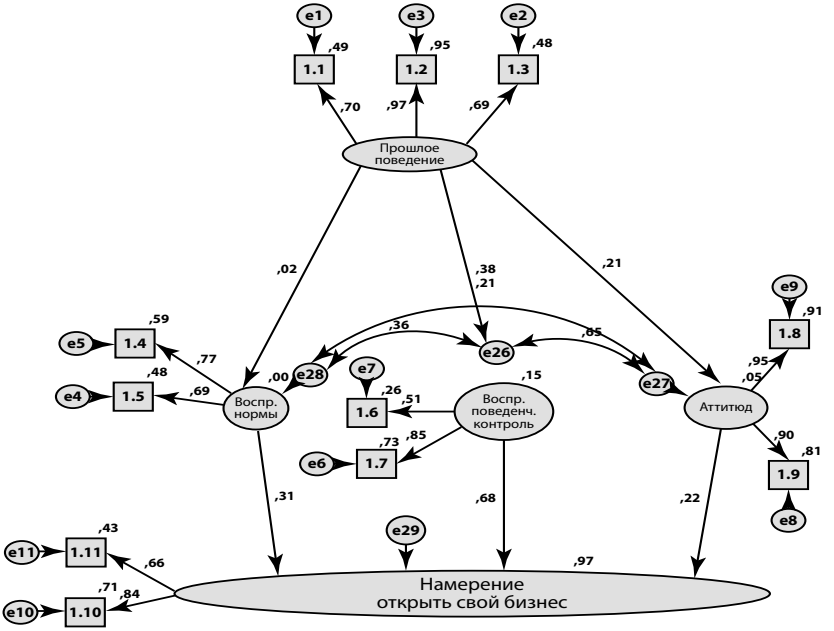


Рис. 2. Результаты конфирматорного факторного анализа для шкал оценки планируемого поведения

Показатели модели:

Chi-square	DF	CMIN/DF	CFI	PCLOSE	RMSEA
171	35	4,9	,828	,000	,168

Результаты конфирматорного факторного анализа, представленные на рис. 2, позволили в целом подтвердить структуру модели планируемого поведения Айзена применительно к предпринимательскому поведению. Однако статистические показатели, характеризующие качество данной модели, довольно низкие. Поэтому, опираясь на специальные индикаторы модификации, предлагаемые программой AMOS [Arbuckle, 2010], в модель были внесены модификации, что улучшило ее качество (см. рис. 3).

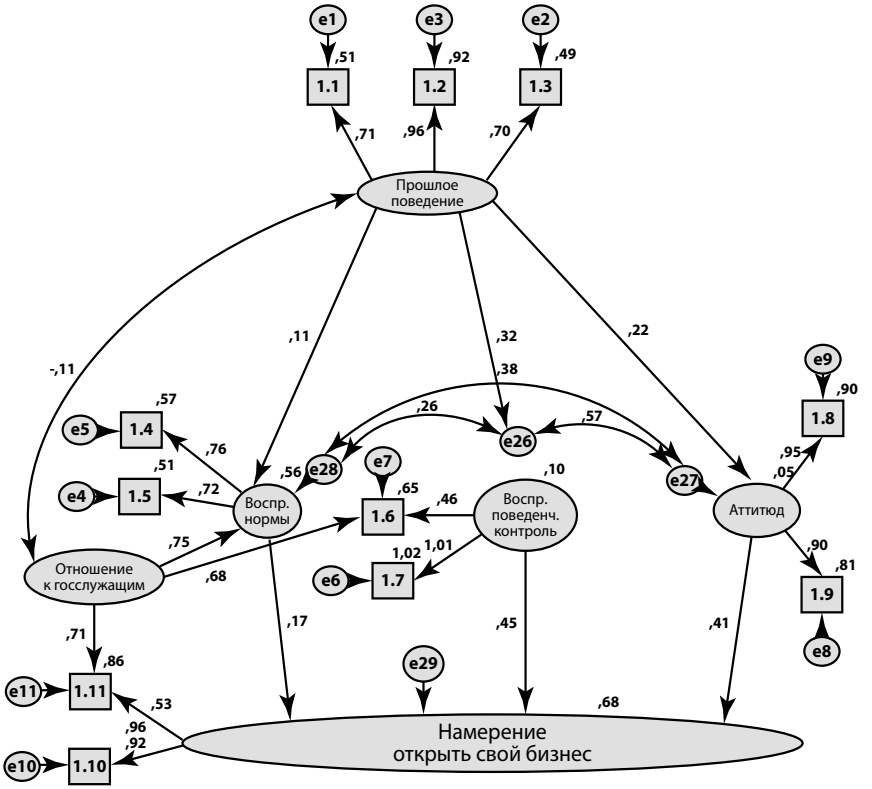


Рис. 3. Уточненные результаты конфирматорного факторного анализа для шкал оценки планируемого поведения

Показатели модели:

Chi-square	DF	CMIN/DF	CFI	PCLOSE	RMSEA
40	31	1,3	,988	,51	,048

При внесении изменений в модель мы обнаружили, что утверждения 1.4, 1.6, 1.11 сильно коррелируют между собой. Проанализировав их содержание, мы заметили, что они имеют нечто общее — связаны с отношением к госслужащим. Госслужащие в данном случае выступают в качестве мощного и самостоятельного фактора, связанного как с предикторами намерения открыть свой бизнес (прошлое поведение, или прошлый опыт, воспринимаемые нормы), так и непосредственно с самим намерением открыть

свой бизнес. О валентности данного отношения определенно судить сложно, но скорее оно положительное, поскольку указывает на то, что респондент планирует обсуждать с госслужащими намерение открыть свое дело, ощущает, что способен провести такое обсуждение, полагает, что такое обсуждение в целом одобряется окружающими. На рис 3. можно видеть новую модель, построенную с помощью конфирматорного факторного анализа, показывающую структуру намерения открыть свой бизнес. Статистические показатели данного варианта модели довольно хорошие.

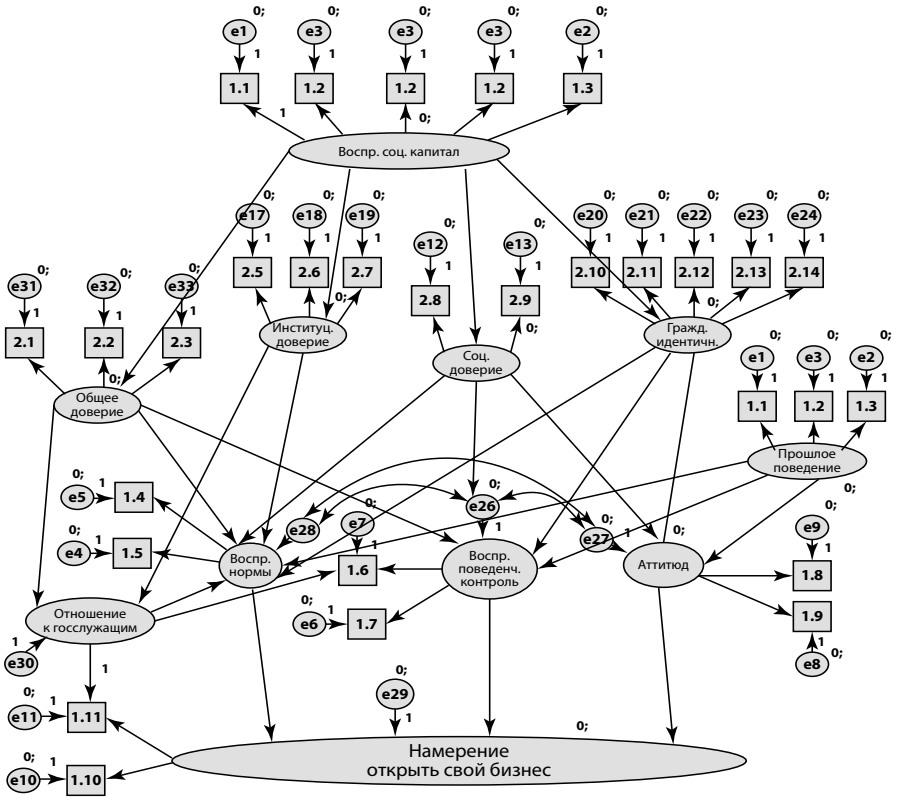


Рис. 4. Тестируемая структурная модель влияния социально-психологического капитала на планируемое предпринимательское поведение

Далее, на рис. 4 можно видеть первоначально тестируемую при помощи моделирования структурными уравнениями (SEM) модель влияния социально-психологического капитала на намерение открыть свой бизнес или предпринимательское поведение.

Представленная на рис. 4 модель обладала неудовлетворительными статистическими показателями, поэтому она была подвергнута модификации. Модифицированный вариант модели со всеми статистическими характеристиками представлен на рис. 5.

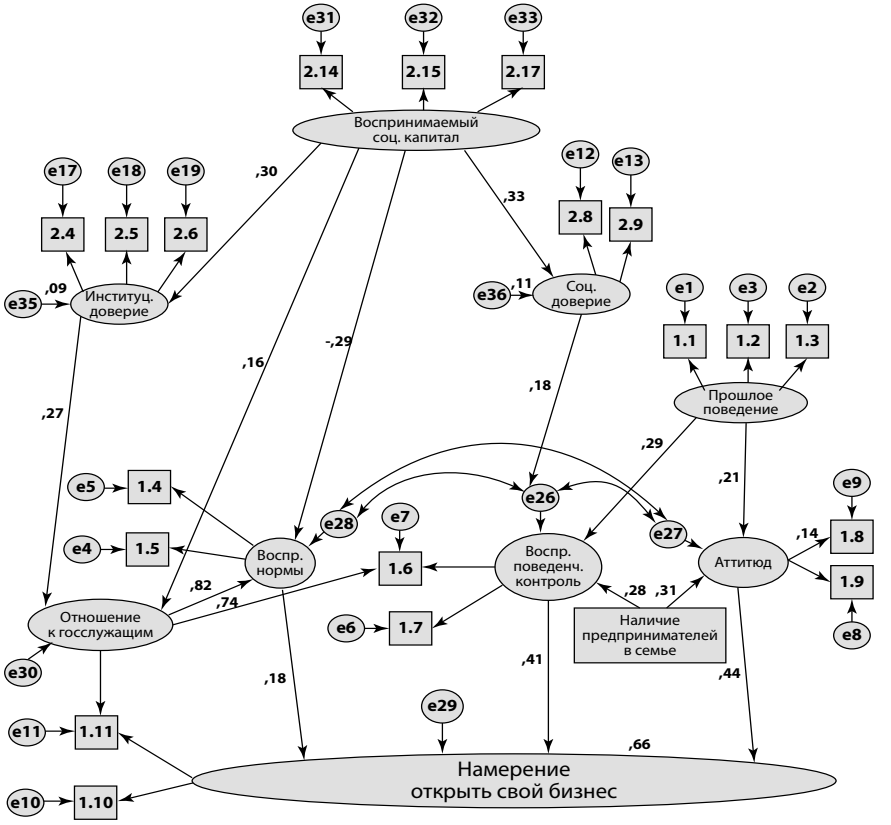


Рис. 5. Результаты линейно-структурного моделирования влияния социально-психологического капитала на планируемое предпринимательское поведение

Показатели модели:

Chi-square	DF	CMIN/DF	CFI	PCLOSE	RMSEA
175	152	1,52	,986	,904	,033

Как видно на рис. 5, из пяти индикаторов социально-психологического капитала только три влияют на факторы, связанные с намерением открыть свой бизнес: воспринимаемый социальный капитал, институциональное доверие и социальное доверие. Важно заметить, что данная модель является моделью полной медиации, то есть ни одна из компонент социально-психологического капитала не влияла напрямую на намерение открыть свой собственный бизнес. Социально-психологический капитал влияет на психологические факторы, лежащие в основе намерения открыть свой бизнес, но не влияет прямо и непосредственно на это намерение. Дополнительно в модель была введена еще одна контролирующая переменная (об этой переменной говорится при описании методики) — наличие предпринимателей в семье респондента. При тестировании модели производилась оценка взаимосвязи данной переменной со всеми латентными факторами модели. Оказалось, что наличие предпринимателей в семье положительно связано только с фактором «воспринимаемый поведенческий контроль» (ощущение индивида, что он может открыть свой бизнес, что он это контролирует) и с аттитюдом по отношению к открытию собственного бизнеса.

В целом вся совокупность предикторов позволяет объяснить 66% дисперсии фактора «намерение открыть свой бизнес».

Результаты исследования

Результаты конфирматорного факторного анализа показали, что модель планируемого поведения А. Айзена [Ajzen, 1991] довольно хорошо воспроизводится на российской выборке. Наименее сильной предсказательной способностью по отношению к намерению открыть собственное дело обладают воспринимаемые нормы (то, насколько окружающие одобряют открытие собственного бизнеса). А наиболее сильной предсказательной способностью — воспринимаемый поведенческий контроль (насколько человек уверен, что он сам в силах открыть собственное

дело) и аттитюд (установка на открытие собственного бизнеса). Прошлое поведение (прежние попытки открытия собственного бизнеса) позитивно связано с воспринимаемыми нормами, воспринимаемым поведенческим контролем и аттитюдом. Однако данные связи довольно слабые.

Довольно неожиданным и не вписывающимся в модель оказался обнаруженный новый фактор, в который объединялись переменные, характеризующие факт того, что при открытии своего бизнеса нужно взаимодействовать с государственными служащими. Примечательно, что прошлое поведение индивида (предыдущие попытки открыть свой бизнес) отрицательно связано с фактором «отношение к госслужащим». И хотя связь довольно слабая, тем не менее она отрицательна, что указывает на существующую тенденцию. То есть люди, которые предпринимали попытки открыть свой собственный бизнес, начинают относиться менее позитивно к государственным служащим, с которыми они взаимодействовали при этом. В целом данные факторы (прошлое поведение, воспринимаемые нормы, воспринимаемый поведенческий контроль, аттитюд, отношение к госслужащим) объясняют 68% намерения открыть свой бизнес.

Итоговая структурная модель показала, что не все компоненты социально-психологического капитала демонстрируют взаимосвязь с компонентами планируемого поведения (открытие собственного бизнеса). В частности, из числа предикторов выпали гражданская идентичность и генерализованное (общее) доверие. В числе предикторов остались: воспринимаемый социальный капитал, институциональное доверие и социальное доверие. Такая картина является вполне логичной. Генерализованное доверие и гражданская идентичность являются довольно общими по своей сути конструктами — фактически это безличное, обобщенное доверие и принадлежность к большой гетерогенной социальной группе. При открытии собственного бизнеса индивид оценивает окружающую социальную среду, поэтому начинают играть роль те компоненты социально-психологического капитала, которые являются менее обобщенными: доверие институтам общества (институциональное доверие), доверие ближайшему окружению (социальное доверие) и оценка социального капитала общества (воспринимаемый социальный капитал).

Институциональное доверие и воспринимаемый социальный капитал оказались положительно связанными с фактором, который лежит вне теоретической структуры модели планируемого поведения, — с отношением к госслужащим.

Социальное доверие продемонстрировало положительную взаимосвязь с воспринимаемым поведенческим контролем. То есть ближайшее окружение имеет значение для уверенности индивида, что он может реализовать свои идеи по открытию собственного бизнеса. Однако важно обратить внимание, что первоначально в структуре данной компоненты социально-психологического капитала были вопросы, оценивающие доверие индивида к соседям, коллегам, представителям иноэтнических и иноконфессиональных групп. Но после выполнения конфирматорного факторного анализа из данной шкалы пришлось удалить все вопросы, характеризующие отношение к коллегам и соседям, так как они имели низкие нагрузки на шкалу в целом. В результате из числа оцениваемого окружения остались только вопросы, касающиеся доверия к представителям иноэтнических и иноконфессиональных групп. Таким образом, получается, что те люди, которые в большей степени доверяют представителям иноэтнических и иноконфессиональных групп, в большей мере обладают и воспринимаемым поведенческим контролем. Мы полагаем, что данная связь объясняется тем, что люди, обладающие доверием к представителям инокультурных групп, обладают базовой уверенностью в себе. Иными словами, эта базовая уверенность в себе является источником и доверия к представителям инокультурных групп, и воспринимаемого контроля.

Следует обратить особое внимание на отрицательное влияние воспринимаемого социального капитала и воспринимаемых норм (насколько окружающие люди стремятся открыть собственный бизнес, насколько это приветствуется). Направленность этого влияния показывает, что чем выше воспринимается социальный капитал общества, тем в меньшей степени респондентам представляется, что окружающие одобряют открытие собственного бизнеса. Можно предположить, что такое влияние возникает вследствие наличия в сознании людей некоторой доли патернализма. Чем выше сплоченность и взаимоподдержка в обществе, тем меньше можно прилагать усилий для налаживания,

становления собственного дела. А вот если поддержки со стороны общества ждать не приходится, в таком случае люди склонны проявлять собственную деловую активность.

Итак, какова роль социально-психологического капитала для открытия собственного бизнеса? Говоря обобщенно, результаты исследования позволяют сделать заключение, что на психологические факторы, лежащие в основе намерения открыть собственный бизнес, влияют доверие институтам общества и социальное доверие. Низкий воспринимаемый социальный капитал лишь отчасти может способствовать намерению открыть свой бизнес, поскольку воспринимаемые нормы (тот фактор, который опосредует эту взаимосвязь) слабо связаны с намерением открыть свой бизнес. Однако нужно заметить, что в целом социально-психологический капитал не очень сильно связан с психологическими факторами, лежащими в основе намерения открыть свой бизнес.

Важной находкой данного исследования является то, что в модели применительно именно к предпринимательскому поведению выделился отдельный фактор, характеризующий отношение к государственным служащим, и обнаружилось, что институциональное доверие, а также воспринимаемый социальный капитал связаны с этим фактором. Таким образом, отношение к госслужащим играет важную роль при открытии собственного бизнеса — оно не должно быть негативным. В свою очередь, на данный фактор оказывают влияние институциональное доверие и воспринимаемый социальный капитал, способствуя повышению позитивности отношения к госслужащим. Эти две компоненты социально-психологического капитала зависят всецело от поведения органов государственной власти. Именно государственная власть и ее политика формируют образ восприятия гражданами своего государства (воспринимаемый социальный капитал) и доверие к социальным институтам. Доверие к государству и позитивное отношение к государственным служащим, согласно построенной нами модели, имеет очень большое значение для намерения открыть собственный бизнес.

Заключение

Социально-психологический капитал — это ресурс психологических отношений, содержащийся в социальных группах и доступный включенным в них индивидам. Данный ресурс находит свое выражение в поведении (создание сетей, ассоциаций, самоорганизация), которое и трактуется как социальный капитал. Основными показателями социально-психологического капитала общества являются гражданская идентичность и доверие.

В целом исследовательская гипотеза получила подтверждение — отдельные компоненты социально-психологического капитала связаны с намерением открыть собственный бизнес. Данная взаимосвязь не непосредственная, а опосредованная — социально-психологический капитал связан с компонентами так называемого планируемого поведения (воспринимаемыми нормами, воспринимаемым поведенческим контролем, аттитюдом) и отношением к госслужащим, а эти факторы, в свою очередь, уже влияют на намерение открыть свой бизнес.

Не все компоненты социально-психологического капитала демонстрируют взаимосвязь с компонентами планируемого поведения (открытие собственного бизнеса). В частности, на намерение открыть собственный бизнес не влияют гражданская идентичность и генерализованное доверие. В числе предикторов остались: воспринимаемый социальный капитал, институциональное доверие и социальное доверие.

Важной находкой данного исследования является то, что в модели применительно именно к предпринимательскому поведению выделился отдельный фактор, характеризующий отношение к государственным служащим. Он играет важную роль при открытии собственного бизнеса и это отношение не должно быть негативным. Позитивное влияние на этот фактор оказывают институциональное доверие и воспринимаемый социальный капитал — они способствуют повышению доверия к госслужащим.

Наличие предпринимателей в семье позитивно связано с аттитюдом и воспринимаемым поведенческим контролем в отношении открытия собственного бизнеса, тем самым опосредованно оказывает высокозначимое влияние на намерение открыть собственный бизнес.

В целом к открытию собственного бизнеса более склонны люди, которые демонстрируют высокий воспринимаемый социальный капитал и институциональное доверие (и позитивно связанное с этими факторами отношение к госслужащим). А также доверяющие инокультурному окружению (видимо, доверие к сильно отличающимся по своим социокультурным характеристикам людям определенным образом сопряжено с базовой уверенностью личности в своих возможностях).

© Татарко А.Н., Амерханова Н.А., Богатов Н.Ю., 2013

Раздел V
ДОВЕРИЕ И НЕДОВЕРИЕ СОЦИОТЕХНИЧЕСКИМ СИСТЕМАМ, СМИ И РЕКЛАМЕ

Глава 16. Доверие и недоверие к социальным институтам и социотехническим системам: постановка проблемы и обоснование подхода к исследованию

Введение

Исследование доверия и недоверия является одним из самых востребованных междисциплинарных научных направлений. В психологии наиболее глубоко изучено межличностное доверие. На сходных теоретических основаниях строятся исследования доверия и недоверия внутри организаций. Несколько особняком по отношению к вышеназванным направлениям стоят исследования доверия социальным институтам. В этой области преобладают социологические и экономические исследования, и их методология имеет соответствующую специфику. Согласно этим работам, конструктом более высокого уровня, включающим в себя доверие, выступает социальный капитал. Другие теоретические основания, а именно теории маркетинга, определяют специфику изучения доверия потребителей. Отдельный пласт образуют также исследования доверия и недоверия техническим системам. Работы по этому направлению выполняются на стыке инженерной психологии, психологии труда, эргономики, социальной и экономической психологии, а также других смежных отраслей знания.

В этой связи возникает несколько вопросов. Первый — имеется ли общее содержание у доверия и недоверия, оцениваемого по отношению к объектам различной природы: конкретным людям, группам, социальным институтам, брендам, техническим устройствам разной сложности, неодушевленным объектам окружающего мира и самому этому миру? Второй вопрос, обсуждаемый уже много десятилетий, взаимосвязан с первым. Речь идет о том, что в научной среде длительное время ведутся дискуссии о правомерности использования понятия «доверие» по отношению

к неодушевленным объектам. Некоторые авторы считают, что этот вопрос действительно уместен, когда речь идет об объектах, чье происхождение и существование не связано с деятельностью людей. Больше согласия возникает по вопросу возможности доверия к технике и социальным объектам, в частности, к социальным институтам. В качестве аргумента сторонниками этой точки зрения приводится то, что социальные объекты и техника создаются людьми для удовлетворения определенных человеческих потребностей, и их функции реализуются различными группами людей. Согласно нашему пониманию, техника, социальные институты, научные теории, произведения искусства — это лишь некоторые из многочисленных разновидностей социогенных или антропогенных систем. Соответственно, отношение к ним имеет много общего с отношением, в частности, с доверием / недоверием ко всем аналогичным системам. К другим их видам относятся: политическая, экономическая, финансовая, образовательная и т.д. системы; средства массовой информации; любые регламентированные и структурированные объединения людей, в том числе различные организации; и в целом общество. Та часть из них, которая не имеет весомой материально-технической составляющей, может быть вслед за Э. Гидденсом названа символичес-кими, а также экспертными системами [Гидденс, 2011]. При таком подходе поиск общих слагаемых и факторов доверия и недоверия является перспективным направлением и должен базироваться на социально-психологических исследованиях этих феноменов. Выявление общего содержания и детерминации доверия и недоверия к объектам различной природы и выступает целью данной работы.

Концептуальные основы исследования

Состояние исследований в области психологии доверия освещено рядом авторитетных авторов в крупных работах последних лет и специальных обзорных публикациях [Антоненко, 2004; Веселов, 2004; Данкин, 2000; Журавлев, Сумарокова, 1998; Журавлева, 2004; Купрейченко, 2008; 2012*б*; Минина, 2004; Скрипкина, 2000; Сасаки и др., 2009; Шихирев, 1998; Шрадер, 2004; Bachmann, Zaheer, 2006; Fukuyama, 1995; Hardin, 2004; Kramer,

1999; Luhmann, 1979; Seligman, 1997; Shaw, 1997; Sztompka, 1997; 1998 и др.]. Основными проблемами многолетних исследований являются следующие. Во-первых, *понимание сущности и содержания* доверия и недоверия. Различаются взгляды не только на содержание доверия, но также и на то, к какому классу понятий оно относится. В различных исследованиях доверие рассматривается как ожидание, установка, отношение, состояние, чувство, процесс социального обмена и передачи информации и других значимых благ, личностное и групповое свойство и т.д. Исследователи также говорят о культуре доверия, нередко доверие понимается как компетенция субъекта. В определенных условиях можно рассматривать доверие или недоверие как общественное и групповое настроение, климат, социальную ситуацию и социальную проблему. Имеется целый ряд исследований, посвященных соотношению доверия и недоверия, факторам возникновения и условиям их одновременного сосуществования. Несмотря на это, недоверие по-прежнему понимается в содержательном плане как противоположное доверию. Понимание сущности доверия и недоверия тесно связано с такими проблемами, как их место в системе понятий, а также виды, типы и формы доверия и недоверия.

В нашем понимании наиболее перспективным является подход к доверию и недоверию как психологическим отношениям. *Доверие как психологическое отношение* включает: интерес и уважение к объекту или партнеру; представление о потребностях, которые могут быть удовлетворены в результате взаимодействия с ним; эмоции от предвкушения их удовлетворения и позитивные эмоциональные оценки объекта или партнера; расслабленность и безусловную готовность проявлять по отношению к нему добрую волю, а также совершать определенные действия, способствующие успешному взаимодействию. В свою очередь, составляющими *недоверия как психологического отношения* выступают: осознание рисков, чувство опасности, страха в сочетании с негативными эмоциональными оценками объекта или партнера и возможных результатов взаимодействия, настороженность и напряженность, а также готовность прекратить контакт, ответить на агрессию или проявить опережающую враждебность [Купрейченко, 2008].

Ряд исследований посвящен *социально-психологическим функциям* доверия и недоверия, их *последствиям и эффектам, динамике,* а также *взаимосвязи доверия и недоверия с различными феноменами* жизнедеятельности личности и группы. Так, в исследованиях выделены основные процессы доверия и недоверия: формирование, оправдание, снижение, угасание, а также усиление и углубление доверия и недоверия, поддержание доверительных отношений, преодоление недоверия, потеря доверия и др. Определены наиболее значимые критерии и личностные детерминанты этих процессов.

Указание на наиболее значительные прикладные исследования можно найти в специальной работе [Купрейченко, 2008], здесь же мы их просто перечислим. Первое — экономико-психологическое. Предметом этих исследований выступали: доверие в коммерческой деятельности и деловых отношениях, роль доверия в социально-экономических преобразованиях в обществе. Ряд работ посвящен формированию доверия в массовом инвестиционном поведении, а также доверию населения к российской банковской системе. Некоторые работы направлены на экспериментальное изучение доверия и недоверия с применением так называемых инвестиционных или доверительных деловых игр. Еще одно признанное направление — анализ доверия потребителей. В связи с развитием интернет-торговли и электронных баз данных потенциальных потребителей высокую актуальность приобретают проблемы доверия и конфиденциальности информации в этой сфере. Высокоразвитым направлением является исследование доверия / недоверия потребителей медицинских услуг — доверие / недоверие пациентов медицинскому персоналу и лечебным учреждениям. В качестве отдельного научного направления можно выделить изучение доверия как компоненты политического и общественного сознания. Формирование доверия в детских коллективах и в системе «учитель — ученик» является предметом других специальных исследований. Ряд прикладных исследований посвящен актуальной в современных условиях проблеме доверия как фактора повышения адаптационных возможностей в экстремальных ситуациях. В настоящее время также востребованными на практике являются исследования доверия в психотерапии и психологическом консультировании.

Среди упомянутых направлений в контексте данной работы наиболее важны исследования доверия к социальным институтам [Сасаки и др., 2009; Нестик, 2009*а*; 2009*б*; Татарко, 2010], основанные на понимании доверия как составляющей социального капитала (П. Бурдье, Р. Берт, Дж. Коулман, Р. Инглхарт, Дж. Тернер, П.Н. Шихирев и др.). Интерес также представляют исследования доверия к информационным и операционным системам, в частности, к средствам массовой информации, Интернету, программному обеспечению, средствам связи и т.д. (Е. Кадилл и П. Мэрфи, А.Б. Купрейченко и Е.В. Шляховая, П. Лунт, Г. Милн, А. Нотеберг, Н. Оливеро, Ф. Тэн и др.). Другое близкое направление — изучение доверия потребителей к различным техническим товарам (С. Гудвин, Р. Морган и С. Хант, Е. Фоксман и П. Килкойн и др.), которое ведется в рамках социальной психологии, психологии коммуникации, психологии маркетинга и рекламы. Значителен объем исследований, посвященных проблеме доверия технике [Barber, 1983; Dreyfus, Dreyfus, 1986; Dzindolet et al., 2003; Jian et al., 2000; Lee, Moray, 1992; Lerch, Prietula, 1989; Lewandowsky et al., 2000; Moray et al., 2000; Muir, 1989; 1994; Muir, Moray, 1996; Numan, 1998 и др.]. Анализ имеющейся литературы показывает, что большинство исследователей осознают высокий вклад в доверие к технике «человеческого фактора», то есть высокую роль компетентности самого пользователя / оператора, а также компетентности других людей (создателей техники, смежников и т.д.). Так, Б. Бабер понимает доверие между человеком и машиной как общие ожидания сохранения естественного физического, природного и морального общественного порядка, а также конкретные ожидания технической компетентности тех, кто включен в социальные отношения и системы [Barber, 1983]. В свою очередь, Б. Мюр [Muir, 1989] определил три типа доверия как субъективного ожидания будущих результатов деятельности: ожидание постоянства поддержания естественных и нравственных законов, ожидание технически компетентного исполнения действий и ожидание доверительной ответственности. Как считает Барбер, постоянство поддержания естественных и нравственных законов лежит в основе других компонентов доверия и его более высоких степеней. Технически компетентное выполнение действий, основанное

на способностях, знаниях или опыте, также поддерживает позитивные ожидания будущих результатов деятельности [Lee, Moray, 1992]. Последняя компонента доверия — доверительная ответственность — есть ожидание, что люди, с которыми осуществляется взаимодействие, поставят интересы других выше своих собственных. Это дополнительное измерение постулирует, что доверие основывается на моральных обязательствах и намерениях. Д. Ли и Н. Морей также предложили модель доверия между человеком и технической системой, которая включает ожидание добра или порядочности [Lee, Moray, 1992]. По мнению этих авторов, как люди, так и сложные технические системы (например, компьютеры) в определенных ситуациях могут вести себя непредсказуемо, поэтому взаимодействие с ними невозможно без ожидания того, что эти люди или системы окажутся достаточно «хорошими».

В сущности, техника, как уже было отмечено выше, — продукт человеческого мышления и труда. Она создается людьми для удовлетворения определенных человеческих потребностей, и эта ее функция реализуется под управлением человека-оператора или пользователя, то есть имеет *социогенную или антропогенную природу*. Современная техника зачастую представляет собой сложную систему, в которой взаимодействие электронно-механических устройств с конструкторами, технологами, разработчиками программного обеспечения, а также людьми, осуществляющими наладку, эксплуатацию и обслуживание, является настолько тесным, взаимозависимым и скоординированным, что для ее обозначения более уместно использование термина *социотехническая система*. Эта система выглядит особенно внушительно, если в качестве ее элементов рассматривать также заказчиков и противников техники, потребителей продуктов ее деятельности, а также людей и экосистему, на которую эта деятельность оказывает влияние, то есть все заинтересованные стороны.

Здесь уместно обратиться к дискуссии об *уместности использования понятия «доверие» по отношению к неодушевленным объектам*. Мы уже отметили, что отношение к тем из них, чье происхождение и существование не связано с деятельностью людей, по нашему мнению, проблематично описывать в терминах доверия и недоверия. Однако если неодушевленные объекты выполняют

некоторые функции в жизни людей в соответствии с человеческим замыслом, то использование этих терминов становится вполне уместным. Так, доверие звездам имеет мало смысла, если речь идет об их объективном существовании. Если же их существование описывается некоей теорией (например, применяемой в космической или морской навигации), созданной людьми и потому имеющей ограничения, то в этом случае доверие к звездам означает доверие к этой конкретной теории с ее неизбежными погрешностями. Влияние антропо- и социогенных факторов усилится еще более, если говорить о доверии к звездам как основании для предсказаний астрологов. В двух последних случаях использование, как самих терминов «доверие» и «недоверие», так и отдельных их оснований (предсказуемость, надежность, единство и др.) становится вполне уместным. Можно привести дополнительную аргументацию в пользу точки зрения о доверии к неодушевленным объектам, которые играют определенную роль в жизнедеятельности человека. Если человек их использует тем или иным образом, то, выступая их пользователем или потребителем, он может испытывать *доверие или недоверие к себе* в этом качестве. Простым примером будет недоверчивое отношение к определенным предметам человека, который не имеет опыта манипулирования ими или имеет неудачный опыт. Недоверие к самому себе как неопытному пользователю является основанием (одной из компонент в нашем понимании) недоверия к неодушевленным объектам любого происхождения (социального или природного). Кроме того, существование любого природного объекта или явления имеет некоторую динамику — в той или иной степени предсказуемую или непредсказуемую для пользователя или потребителя. В этом случае можно не доверять погоде, вулканам, морским течениям и т.п. Мощное влияние на доверие неодушевленным предметам любой этимогогии оказывают также *базовое доверие и недоверие* (онтологическое доверие и недоверие к миру).

Не случайно многие исследователи отмечают особую значимость следующих групп факторов: *специфика и значимость ситуации взаимодействия, характеристики объекта доверия, личностные особенности субъекта доверия* (И.В. Антоненко, А.И. Донцов, В.С. Сафонов, Р. Хардин и др.). Факторы и детерминанты доверия специфичны для различных его уровней и видов. Среди лич-

ностных факторов, оказывающих влияние на готовность личности доверять, наиболее изученными являются общая установка на доверие к другим людям и к миру, а также уровень субъективного контроля (Д. Макнайт, Л. Куммингс и Н. Червани, К. Паркс и Л. Халберт, Дж. Роттер, М. Розенберг и др.). Согласно модели, которую предложили Д. Макнайт, Л. Куммингс и Н. Червани, первоначальное *доверие личности* формируется под влиянием следующих факторов: 1) *личностных:* существования предрасположенности к доверию, готовности доверять (disposition to trust) у кого-то из участников взаимодействия, 2) *институциональных*: «институционального» доверия (institution based trust), 3) *когнитивных*: процессов категоризации и иллюзий контроля [Special topic forum.., 1998].

Кроме того, исследования по развитию доверия показали, что восприятие людьми надежности других и их желания вступать в доверительные отношения большей частью зависят от *имеющегося опыта взаимодействия* (С. Бун и Дж. Холмс, М. Дойч, С. Линдсколд, М. Пилисук и П. Сколник, Л. Соломон и др.). Предыстория взаимодействия дает информацию, позволяющую оценивать установки, намерения и мотивы других людей. Эта информация создает основу для умозаключения по поводу надежности партнера и для планирования поведения (Р. Бойль и П. Бонасич, Р. Левицки и Б. Банкер, Д. Шапиро, Б. Шепард и др.). Последнее положение также верно и в отношении социальных и социотехнических объектов. Знания принципов их организации, устройства и функционирования, а также позитивный или негативный опыт взаимодействия с ними — важный фактор доверия и недоверия.

Богатый теоретический материал *о структуре доверия и недоверия* позволил выявить целый ряд их оснований или компонент: вера в людей (Э. Эриксон, Дж.Б. Роттер и др.), предсказуемость (знание) (Дж. Ремпел и Дж. Холмс, Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер, П. Ринг и А. Ван де Вен и др.), надежность (Дж. Батлер, Дж. Ремпел и Дж. Холмс, Л. Хосмер и др.), единство (сходство, тождественность) (А.Л. Журавлев и В.А. Сумарокова, Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер, Л. Заккер и др.). На основе этих исследований и методических приемов нами была разработана методика для изучения доверия и недоверия личности другим

людям, которая прошла психометрическую проверку на выборке из 734 человек [Купрейченко, 2008]. Структура методики включает пять «симметричных» шкал доверия и недоверия: Надежность, Знание, Приязнь, Единство, Расчет. Факторы Приязни и Расчета не являются компонентами доверия, однако очень часто выступают его заменителями. Кроме того, в структуре методики имеется также еще одна шкала — Недоверие, которое может иметь место одновременно с доверием.

Введение этой шкалы основано на результатах исследований *соотношения доверия и недоверия*. Анализ работ других авторов и результаты авторских исследований доверия и недоверия позволили убедиться в бесперспективности определения их как взаимоисключающих феноменов полярной валентности [Купрейченко, 2008; Купрейченко, Табхарова, 2007; Поршнев, 1972; Табхарова, 2008; Deutsch, 1958; Hardin, 2004; Kramer, 1999; Lewicki, Mcallister, Bies, 1998; Mellinger, 1956; Moody, 2010; Read, 1962; Zadeh, Khoshalhan, 2011]. И доверие, и недоверие возникает в ситуации открытости, неопределенности, уязвимости субъекта и при невозможности контроля. Они выполняют взаимосвязанные функции в регуляции жизнедеятельности субъекта. Выделена еще одна общая характеристика доверия и недоверия — отсутствие однозначной связи с ожиданием выигрыша или ущерба от взаимодействия. Кроме того, доверие и недоверие в равной степени могут характеризоваться ожиданием справедливого и честного отношения со стороны партнера. В наших специальных работах выделены также основные характеристики, по которым доверие и недоверие различаются в наибольшей степени, а также сделано предположение об особенностях происхождения и формирования доверия и недоверия в онтогенезе, в частности, высказана гипотеза о формировании в раннем детстве базового недоверия в тесной связи с базовым доверием [Купрейченко, 2008]. Динамический баланс этих отношений к миру, выполняющих разные функции, является основой становления автономности ребенка. Основные функции доверия — обеспечение взаимодействия и обмена с окружающим миром. Основная функция недоверия — обособление и самосохранение.

В целом доверие и недоверие выполняют широкий спектр значимых позитивных и негативных (деструктивных) *функций*

в регуляции жизнедеятельности общества, социальных групп и отдельных людей. Их позитивная роль в наиболее общем виде состоит в том, что доверие и недоверие способствуют интеграции и гармонизации отношений человека с самим собой, окружающими людьми и миром в целом, обеспечивают сосуществование и взаимодействие с ними, регулируют межличностные, внутригрупповые и межгрупповые отношения. Анализируя негативные (деструктивные) функции доверия и недоверия в регуляции жизнедеятельности, следует отметить, что излишне высокое доверие может снижать безопасность субъекта, а излишне высокое недоверие — осложнять взаимодействие, познание мира и в конечном итоге замедлять развитие субъекта. Последнее положение особо актуально относительно доверия и недоверия к социальным и социотехническим системам.

В результате анализа работ современных авторов, а также в результате собственных исследований определены *условия амбивалентности доверия и недоверия*, при которых доверие и недоверие выступают относительно автономными феноменами, способными существовать одновременно в отношении к одному и тому же объекту. Такими условиями выступают, во-первых, многоаспектность и динамичность отношений между людьми; во-вторых, наличие у партнера по взаимодействию противоречивых качеств; в-третьих, противоречивое отношение субъекта к ряду личностных свойств оцениваемого человека (силе, активности, слабости и т.д.); в-четвертых, высокая субъективная оценка рисков, возникающих в результате открытости и высокого доверия субъекта и партнера по взаимодействию. Последнее условие приводит к одновременному росту недоверия, зачастую необоснованного, не подкрепленного какими-либо фактами.

Кроме того, выше, в работе А.Б. Купрейченко и С.П. Табхаровой, отмечено (см. гл. 2 наст. изд.), что, как правило, *содержание и степень опасений (недоверия) не эквивалентны содержанию и уровню надежд (доверия)*. Если не оправдаются позитивные ожидания и надежды (доверие) — мы просто не получим «выигрыш». Если же подтвердятся опасения (недоверие), мы можем потерять нечто более значимое. Так, скидки на билеты и комфорт салона не усилят уверенность пассажиров в безопасности авиаперелетов. Доверие к самолетам, как и к любому другому виду транс-

порта, может строиться на основании тех возможностей, которые он предоставляет (скорость, экономичность, простота эксплуатации), а недоверие — на основании субъективной оценки степени опасности передвижения на нем (наличие диагностики неисправностей, средств обеспечения безопасности и т.д.).

Структурная модель доверия / недоверия к социальным и социотехническим системам

Авторы выделяют три группы факторов, влияющие на организационное доверие: *организационные факторы* — структура, политика организации в отношении персонала, организационная культура; *факторы отношений* — первичное взаимодействие, ожидания, «стоимость обмена»; *индивидуальные факторы* — склонность к доверию, самоэффективность, ценности [Uzzi, 1997]. Эти факторы можно интерпретировать как характеристики организации, характеристики ситуации и личностные характеристики субъекта доверия.

Распространяя эту модель на все социальные и социотехнические системы в качестве основных *структурных элементов доверия / недоверия* к ним можно выделить следующие:

- доверие / недоверие к принципам организации и правилам функционирования системы;
- доверие / недоверие к отдельным функциональным блокам (иерархическим уровням, материально-технической базе, технологиям, отдельным узлам и элементам);
- доверие / недоверие к различным категориям людей, обеспечивающим функционирование системы (создателям, организаторам, модераторам системы и другим заинтересованным сторонам);
- доверие / недоверие к себе как профессионалу или пользователю;
- доверие / недоверие к условиям функционирования системы.

В качестве основных *детерминантов доверия / недоверия социальным и социотехническим системам* выступают личностные и социально-групповые факторы. В первую очередь это: базовое доверие / недоверие к миру, к другим людям, к себе, общее отношение к социальному и техническому прогрессу; интернальность, ответственность, склонность к риску, отношение к новизне и т.д.

Весомый вклад вносят культурно-исторические, социально-экономические и научно-технические факторы, в том числе культура доверия / недоверия в обществе и их уровень.

Структурную модель доверия технике и социотехническим системам, которая легла в основу авторского методического подхода, графически можно представить в виде схемы (см. рис. 1).

Рис. 1. Структурная модель доверия / недоверия к социальным и социотехническим системам

Поясняя выделение именно этого перечня основных структурных элементов кратко остановимся на содержании и роли каждого из них. Так, первый из них — доверие / недоверие к принципам организации и правилам функционирования системы — наиболее значим для формирования общего позитивного или негативного отношения к ней. Это общее отношение проявляется в оценке системы как полезной или вредной, прогрессивной или устаревшей, эффективной или неэффективной и т.д. Общее отношение тесно связано с мировоззрением субъекта доверия, с его местом в социальной структуре, с гражданской позицией и т.д. Поэтому данная компонента доверия / недоверия является во многом определяющим и мало зависит от других компонент.

В то же время успешная деятельность социальных и социотехнических систем возможна лишь при полной согласованности функционирования отдельных их блоков. Под блоками мы

понимаем структурные элементы разной природы. Это могут быть различные иерархические уровни организационной структуры, отдельные узлы и элементы. Или же это могут быть такие блоки, как материально-техническая база, технологии, человеческий капитал и т.д. Дифференцированный анализ доверия / недоверия к каждому из них позволит выявить «провальные» элементы социальной системы — вызывающие наибольшее недоверие и даже страх, а также «точки роста» — вызывающие наибольшее доверие и позитивные ожидания. Например, верхний уровень организационной структуры может вызывать доверие, в то время как устаревший бюрократический аппарат будет восприниматься как главный виновник неэффективной деятельности организации или социального института.

Еще одним необходимым условием эффективной работы социальных и социотехнических систем является тесное взаимодействие и скоординированность действий создателей, разработчиков, модераторов системы, а также тех, кто обеспечивает ее бесперебойное функционирование, и, наконец, пользователей и потребителей услуг. Следует помнить и о других группах людей (заинтересованных сторонах). Среди них могут быть как сторонники, так и противники принципов функционирования, а также результатов деятельности конкретной социальной или социотехнической системы.

Помимо этого, как было отмечено выше, влияние человеческого фактора проявляется в действии психологических механизмов персонификации, проекции, атрибуции, стереотипизации, идентификации и т.д. В результате вся система или отдельные элементы наделяются человеческими чертами, подозреваются в наличии некоторых намерений и расчетливых действий, им приписываются свойства, отражающие социальные стереотипы, предубеждения и мифы. Пользователи также могут ощущать эмоциональную близость и единство с ними. Выше было показано, что эти феномены наиболее выражены в тех случаях, когда отсутствуют или малы опыт взаимодействия с системой, осведомленность о ее функционировании и компетентность пользователя или потребителя.

При таком подходе, *учитывающем как рациональную, так и иррациональную составляющую доверия / недоверия* к любому виду

социальных объектов (социальных и социотехнических систем), для оценки могут быть использованы шкалы, которые соответствуют пяти основным компонентам межличностного доверия: Надежность, Предсказуемость, Приязнь, Единство, Расчет [Купрейченко, 2008]. Как мы уже отмечали, Приязнь и Расчет не являются компонентами подлинного доверия, но очень часто выступают его заменителями. И хотя эти показатели кажутся на первый взгляд мало уместными в отношении неодушевленных объектов, но именно они позволяют проследить действие психологических механизмов, благодаря которым люди «одушевляют» социотехнические системы, приписывая им человеческие свойства и намерения.

Еще одним важным фактором доверия и недоверия этим системам являются *статус субъекта доверия*. В первую очередь функциональный статус — является ли субъект тем, кто реализует деятельность системы (функционером, оператором и т.д.), или же потребителем услуг системы, пользователем. Если он реализует деятельность системы, то имеет значение, какова его доля участия в этом по сравнению с другими функционерами, степень ответственности, свободы, инициативности и эвристичности деятельности. В любом случае доверие к социальной или социотехнической системе в высокой степени определяется *доверием субъекта к себе* как профессионалу или как потребителю или пользователю.

Субъектом доверия может выступать любая заинтересованная сторона — личность или группа: те, кто создал систему (законодатели, конструкторы, технологи, разработчики программного обеспечения), те, кто осуществляет ее контроль, эксплуатацию и обслуживание, ее сторонники (заказчики) и противники, потребители продуктов ее деятельности и вообще все те, на чью жизнедеятельность эта система оказывает то или иное влияние. В случае, если речь идет о представителях этих заинтересованных сторон, важным фактором доверия выступает представление субъекта о том, насколько *он лично способен повлиять* на деятельность и функционирование этой системы.

Концептуально важная проблема изучения доверия и недоверия к социальным системам — существование *различных видов, форм и типов доверия и недоверия*. Так, в специальном исследо-

вании мы описали характерные черты некоторых из них: базовое общечеловеческое (генерализованное, общественное) доверие и недоверие; собственно доверие и недоверие; интуитивное доверие и недоверие; доверие и недоверие неизвестным объектам; традиционное, клановое доверие / недоверие (доверие «своим» и недоверие «чужим»); недоверие наиболее близким, надежным людям; гуманистическое (альтруистическое) доверие; авансированное доверие; ролевое доверие (социальным ролям, сетям, системе); организационное доверие; деловое доверие; псевдодоверие и псевдонедоверие [Купрейченко, 2008]. Анализ многообразия и разноплановости социально-психологических функций доверия / недоверия привел нас к неожиданному выводу. Возможно, что *объективно обоснованные* (заслуженные) виды и формы доверия и недоверия, названные нами «*подлинное доверие*» и «*подлинное недоверие*», занимают в жизнедеятельности людей и общества не такое уж значительное место и играют в ее регуляции далеко не самую главную роль. Под «подлинным доверием» и «подлиным недоверием» мы понимаем отношение, построенное в результате проверки и оценивания людей и объектов окружающего мира как достойных, заслуживающих доверия или, напротив, как вызывающих недоверие. Эти объективно обоснованные виды доверия и недоверия можно также назвать *рациональными,* или «*зрелыми*». Рассмотренные функции этих феноменов позволяют сделать заключение, что для жизнедеятельности субъекта высокозначимыми являются также другие формы доверия и недоверия, имеющие иные основания, критерии формирования и функции — *иррациональные,* или «*незрелые*» (наивное, слепое доверие и т.д.).

Так, часто вполне искренние доверие и недоверие являются результатом *проекции или приписывания* субъектом определенных свойств партнеру или объекту окружающего мира. Посредством такого приписанного, объективно не заслуженного доверия / недоверия субъект выражает свое отношение к ценностно-смысловому значению различных объектов окружающего мира, к системе ценностей, норм, целей и мотивов отдельных людей и социальных групп. Например, такую функцию выполняет доверие по отношению к современной рекламе, рекламным персонажам [Купрейченко, 2008; 2012*а*]. То же верно и в отношении различных

социальных институтов (например, институтов государственной власти, здравоохранения, СМИ и т.д.), а также социотехнических систем (например, доверие или недоверие к атомной энергетике, Интернету и т.д.). Негативное отношение к ним, основанное на иррациональных страхах и предубеждениях, может порождать как раз такое «незрелое» недоверие. Оптимизм в отношении будущего может порождать необоснованно восторженное авансированное доверие к новым социальным явлениям и процессам.

Следует понимать, что при формировании доверия к различным объектам работают и другие психологические механизмы: атрибуции, стереотипизации, персонификации, идентификации и другие. В результате возникают различные психологические феномены и эффекты. Таким образом, изучая доверие и недоверие к социальным и социотехническим системам, необходимо помнить об их *иррациональной стороне*. Она тем сильнее проявляется, чем меньше объективной информации имеется у субъекта доверия. Например, если субъект находится «вне» системы (является ее пользователем или потребителем), роль этих механизмов при формировании доверия будет тем сильнее, чем более неизвестны или непонятны принципы деятельности системы. То есть в тех случаях, когда система «непрозрачна» и является своеобразным «черным ящиком» для неопытного пользователя (так называемого чайника).

Это верно как в отношении сложных технических устройств, обладающих искусственным интеллектом, так и в отношении различных ведомств и организаций. Некоторыми людьми любые незнакомые системы и устройства могут подозреваться в недобром умысле. В этом случае у таких людей возникает ощущение «отчужденности», а нередко формируется необоснованное мнение о бесчеловечности, жестокости или враждебности системы. Эти чувства и мысли провоцируют состояния недоверия, беспомощности или вызывают протест и сопротивление. Если же человек-пользователь достаточно компетентен и опытен («продвинутый» пользователь), то возможны прямо противоположные психологические феномены. Так, многие водители ощущают близость и единство не только со своими автомобилями, но и с компьютерами, коммуникаторами и даже с более простыми устройствами — стиральными машинами или телевизорами.

Таким образом, нередко социальные и социотехнические системы *наделяются человеческими чертами, им приписываются некоторые намерения и свойства, основанные на предрассудках.* Известны многочисленные примеры, когда в наше время некоторые люди испытывают иррациональные страхи перед современными СМИ, опасаются телевидения, Интернета, боятся взаимодействовать с теми или иными государственными органами. В этом контексте важна личностная предрасположенность к *доверию или недоверию к новым и неизвестным объектам.* У кого-то неопределенность и риски, связанные с взаимодействием с новыми и непознанными объектами, приводят к росту недоверия. В этом случае имеет место *необоснованное недоверие неизвестным объектам.* Однако есть категории людей, которые демонстрируют открытость и доверие ко всему новому. По этому параметру могут различаться как отдельные социально-демографические категории (например, молодежь и пожилые люди), так и группы представителей профессий, для которых опасность является неизбежным условием их деятельности — они сталкиваются с ней «по долгу службы» (представители Вооруженных сил, МЧС, полиции и т.д.). Несомненно, имеют значение и личностные особенности, так, существуют различного рода романтики и авантюристы, безрассудно относящиеся к риску. Эта категория людей, выступая в качестве операторов или пользователей новой техники, может представлять опасность для себя и окружающих. Люди такого склада могут испытывать *необоснованно высокое доверие к новой технике на начальном этапе ее освоения.*

Наряду с этими категориями можно выделить еще одну — людей, которые добровольно, открыто и осознанно, то есть с доверием вступают во взаимодействие с потенциально опасными объектами. Это в первую очередь первопроходцы и исследователи, переговорщики и посредники в конфликтах, пропагандисты различных идей и проповедники, коммивояжеры и предприниматели, а также *испытатели новой техники.* Их интерес к новому, непонятному, труднодостижимому настолько велик, что они продолжают свою деятельность, несмотря на осознаваемый высокий риск. Кроме того, многими из них движут социальные мотивы, в том числе мотив социальной ответственности «Если не я — то кто?» Этот вопрос заставляет их идти на риск, укрощая

природные явления, опасные заболевания, осваивая новую технику. Жертвуя своей безопасностью, осваивая и «приручая» неизведанные социальные и материальные миры, первопроходцы снижают уровень риска для всех последующих участников взаимодействия, создавая, таким образом, условия доверия для больших социальных общностей или следующих поколений людей.

Вообще, «одушевление» неодушевленного мира свойственно человеку с древнейших времен как проявление мифологичности сознания. Однако и для рационально мыслящего современного человека за конкретным техническим устройством или социальной системой стоят люди, их создавшие. Можно сказать, что *доверие социальным и социотехническим системам есть, по сути, доверие уму и труду людей, стоящих за их созданием и отвечающих за их правильное функционирование.* Это доверие чистоте намерений и гуманности людей, которые создают ту или иную социотехническую систему, доверие знаниям законодателей, разработчиков проектов и точности действий тех, кто осуществляет деятельность или отвечает за функционирование системы. Последняя функция, как правило, выполняется коллективами людей, поэтому вклад в доверие / недоверие правильному функционированию системы вносит баланс доверия / недоверия в этих коллективах, а также в отношениях между различными ведомствами: доверие коллегам и смежным категориям специалистов (например, эффективность деятельности юридической системы зависит не только от компетентности следственных органов и справедливости суда, но также и от успешности реализации судебных решений, которая осуществляется в том числе службой судебных приставов и системой исполнения наказаний). Это особенно важно учитывать при анализе сложных социальных систем, особенно в том случае, когда субъект доверия выступает функционером системы, то есть, по существу, является ее составной частью.

В качестве одной из компонент доверия / недоверия социальным и социотехническим системам мы выделяем доверие / недоверие к *условиям функционирования системы.* Необходимость учета влияния окружающих условий на формирование доверия обусловлена тем, что в неблагоприятных, нестабильных или кризисных условиях снижается доверие к миру в целом. В результате возрастает напряженность субъекта, он настороженно относится

к своему окружению. Благоприятные и комфортные условия, напротив, вызывают расслабленное состояние, а также ощущение безопасности и надежности окружающего мира.

Предлагаемый подход был апробирован в ходе исследований доверия технике, а также на предварительном этапе исследования доверия / недоверия к социальным институтам.

Доверие и недоверие к технике

По первому из названых направлений была реализована *программа исследования доверия к технике со стороны людей, которые занимаются ее эксплуатацией* [Купрейченко, 2012*а*]. Программа позволяет оценить значимость и выраженность перечисленных выше *пяти основных компонент доверия*. Компонента Единство, в частности, оценивался по степени согласия с утверждением — «Я ощущаю себя одним целым с этой техникой». Приязнь — «Мне нравится эта техника». Расчет — «Мне кажется, эта техника не сможет меня подвести». Программа позволяет определить принадлежность к определенному *типу доверия / недоверия* к технике и социотехническим системам. Например, тип, необоснованно доверяющий новой технике, или тип, переоценивающий собственные возможности как специалиста по работе с ней, и т.д. Шкалы Предсказуемость (Эта техника достаточно предсказуема) и Надежность (Эта техника надежна) оценивают соответствие технического устройства заданным характеристикам и параметрам, то есть способности надежно и без сбоев выполнять свои функции. Однако в случае неправильного использования, использования не по назначению, а также в экстраординарных ситуациях техника может представлять опасность. Не случайно многие новейшие технические средства предусматривают защиту от некомпетентных действий пользователя, любого другого человека, животных или стихийных явлений. В таком случае говорят о «вандалозащищенности», устойчивости к действиям «чайников», запасе прочности техники и т.п. Несмотря на принимаемые меры предосторожности, люди, осуществляющие эксплуатацию техники, знают о возможности возникновения нештатных ситуаций. В этом случае они могут считать технику надежной, предсказуемой, но в то же время представляющей

опасность, демонстрируя, таким образом, *одновременно доверие и недоверие к ней*. Так, атомные электростанции могут оцениваться как достаточно надежные, но и представляющие опасность в случае крупных стихийных бедствий и т.д. Поэтому в опросник была введена шестая шкала — Недоверие, которое оценивается по степени согласия с утверждением — «Эта техника может быть опасна». Таким образом, программа предполагает дифференцированную оценку доверия и недоверия и оценку амбивалентности доверия / недоверия.

Для того чтобы оценить вклад в интегральный показатель доверия и недоверия к технике отдельных парциальных составляющих, программа предусматривает оценки доверия / недоверия по отношению *к нескольким категориям объектов:* отдельным блокам или функциональным системам, создателям техники, специалистам-смежникам, коллегам того же профиля, к самому себе как профессионалу, условиям эксплуатации техники (парциальные показатели). Конкретные исследования могут охватывать только часть перечисленных категорий или только отдельные элементы каждой категории. Оценки показателей доверия и недоверия по первой категории (техника в целом), на наш взгляд, интегрирует остальные показатели, но вклад каждого из них в эту интегральную оценку определяется многими факторами: спецификой технического устройства, степенью его влияния на жизнедеятельность людей, личностными особенностями оператора или пользователя и т.д.

Возможности подхода могут быть расширены, если в программу исследования включить методические приемы, позволяющие оценить влияние различных социально- и индивидуально-психологических факторов на доверие / недоверие к технике. Например, можно прогнозировать высокое влияние на доверие / недоверие к конкретной технике таких факторов, как базовое доверие / недоверие к миру, другим людям, себе, а также общее отношение к технике и техническому прогрессу, интернальность личности, ответственность, склонность к риску и отношение к новизне и т.д.

Некоторые из этих гипотез уже получили подтверждение в ходе апробации методики, которая была выполнена А.Ю. Акимовой под руководством А.А. Обознова на выборке машинистов

и помощников машинистов локомотива Горьковской железной дороги (см. гл. 17 наст. изд.). Была проведена оценка внутренней согласованности шкал, которая подтвердила нашу теоретическую модель. Результаты показали, что в целом машинисты и помощники машинистов относятся ко всем составляющим профессиональной деятельности, связанной с эксплуатацией сложной техники, как надежной, имеющей единые с участниками исследования цели и ценности, вызывающей приязнь и уверенность в выполнении ожидаемых от нее действий. Степень опасности техники оценивается как довольно низкая. Полученные результаты свидетельствуют о том, что уровень доверия к локомотиву работников локомотивных бригад ниже доверия к людям, с которыми они тесно взаимодействуют в рамках профессиональной деятельности, и доверия к себе и близок по уровню к доверию создателям техники и условиям эксплуатации.

А.Ю. Акимовой также получены интересные данные о взаимосвязи доверия к технике с доверием к себе, другим людям и миру, оцениваемому по методике А.Б. Купрейченко (2008). В результате была выявлена положительная корреляция отдельных переменных *доверия к технике и коллегам с доверием себе* в умении строить взаимоотношения с окружающими и миром. Анализ результатов в трех группах респондентов с разным стажем работы показал, что в группе со стажем работы до пяти лет общий уровень доверия близок к группе со стажем работы свыше десяти лет, однако основания доверия у этих двух групп различны. Интересно, что в группе со стажем работы 5–10 лет отмечается общее снижение уровня выраженности всех компонент, за исключением показателя Недоверия (опасность) — этот показатель в данной группе наиболее высок по сравнению с двумя другими группами. Можно выдвинуть предположение, что изначально необоснованно оптимистичное отношение к технике и завышенная оценка собственных навыков взаимодействия с ней после 5 лет работы сменяются более осторожным отношением. У работников со стажем более 10 лет эта настороженность проходит за счет большего опыта и, соответственно, возросшего мастерства, в результате чего оценки отдельных показателей доверия техники снова возрастают.

Дескрипторы доверия и недоверия социальным институтам

Вторым этапом апробации подхода выступал анализ дескрипторов доверия и недоверия к социальным институтам. Как было сказано выше, уровень доверия и недоверия к социальным институтам является важным показателем состояния общества. Несмотря на то что проблеме доверия к социальным институтам посвящено значительное число современных исследований, дифференцированный анализ доверия и недоверия не выполнялся и, соответственно, до сих пор не изучена амбивалентность отношения к ним. Основной задачей данного этапа исследования являлся поиск дескрипторов доверия и недоверия — универсальных для различных социальных институтов.

Авторы различных исследований используют собственные концептуальные модели структуры доверия. Так, Р.Б. Шо выделяет следующие ключевые императивы доверия в организации: *результативность* деятельности, *порядочность* во взаимоотношениях и *забота* о людях [Shaw, 1997]. Поддержание нужного уровня доверия в организации требует баланса этих императивов, даже если они вступают в конфликт друг с другом. Также и Р.С. Мейер с соавторами выделяют три основные компоненты доверия работников организации к ее менеджерам: *последовательность* («руководство компании старается поступать справедливо»), *доброжелательность* («руководство компании искренне стремится понять, что волнует сотрудников»), *компетентность* («руководство компании хорошо знает свою работу») [Mayer et al., 1995]. Перечисленные факторы являются наиболее значимыми содержательными компонентами любого вида социального доверия.

В свою очередь, Е.М. Уайтнер и соавторы выделяют пять условий, необходимых для формирования доверия в организации: 1) постоянство, последовательность, 2) честность, 3) распределение и делегирование контроля, 4) общение (точность, умение давать объяснения и открытость), 5) проявление заботы, участия [Whitener, 1998]. Другие исследователи, изучая условия, при которых люди с большой вероятностью будут выказывать доверие к руководителям, выделили следующие значимые их характери-

стики: честность, мотивация, постоянство, открытость, непоследовательность, функциональная компетентность, межличностная компетентность, суждения по принятию решения [Gabarro, 1990]. Также и Дж. Батлер обнаружил, что оценки работоспособности, компетентности, постоянства, законности, честности, лояльности, открытости, полного доверия, выполнения обещаний и восприимчивости влияют на суждения подчиненных о доверии к руководителям [Butler, 1991]. В приведенных подходах помимо содержательных оснований доверия (результативность, порядочность, забота) значимыми являются и формально-динамические основания, связанные с предсказуемостью поведения, открытостью и восприимчивостью объекта доверия. То есть факторы, облегчающие или затрудняющие взаимодействие, неизбежно влияют на формирование доверия.

С этим согласуются исследования, посвященные влиянию необязательности выполнения организационных правил и процедур на доверие к руководителям [Brockner et al., 1996; 1997]. Правила и процедуры важны, не только потому, что они передают информацию о требованиях и целях деятельности организации, но и потому, что обязательность их соблюдения оценивается работниками как процедурная компетентность руководства. Были получены доказательства того, что процедуры, справедливые с точки зрения персонала, имеют тенденцию увеличивать доверие. В то же время необязательность соблюдения процедур и несправедливость правил определяют низкий уровень доверия [Ibid.]. В исследованиях экономических психологов выделены основания законопослушного налогового поведения как функции восприятия справедливости налоговых органов [Hartner et al., 2008; 2010]. При этом дескрипторами *процедурной справедливости* выступают следующие характеристики деятельности налоговых органов: решения налоговой инспекции справедливы; правила и подходы, используемые налоговой инспекцией, относятся равным образом ко всем налогоплательщикам; решения, принимаемые налоговой инспекцией, свидетельствуют главным образом об их собственной линии поведения (обратный код); решения, принимаемые налоговой инспекцией, в основном опираются на факты, а не на мнения; если решения, совершенные налоговым органом, окажутся неверными или неудачными, можно добиться их изменения.

В свою очередь, *интеракциональная справедливость* оценивается по следующим характеристикам: налоговая инспекция относится ко мне с уважением; служащие налоговой инспекции относятся ко мне дружелюбно и уважительно; служащие налоговой инспекции воспринимают меня всерьез; служащие налоговой инспекции относятся ко мне без предубеждения; от служащих налоговой инспекции я получаю советы, достойные уважения.

Перечисленные характеристики во многом сходны с дескрипторами доверия и выступают основаниями таких его компонент, как Надежность, Единство, Предсказуемость и др. Однако приведенных характеристик явно недостаточно, поскольку они не учитывают всю сложность структуры и организации любого социального института. Например, институт здравоохранения включает несколько уровней, из которых самый высокий — министерство, а самый низкий — конкретный медицинский работник. Соответственно, доверие и недоверие к каждому уровню в его иерархии будет отличаться. Таким образом, спецификой социального института является то, что взаимодействие с ним и его представителями осуществляется одновременно на нескольких уровнях: на межличностном и межгрупповом; на внутри- и межорганизационном; на персонифицированном и деперсонифицированном. Кроме того, нередко доверие к институту определяется отношением к его законодательной и нормативной базам, к материально-техническим ресурсам и различного рода технологиям.

Таким образом, необходимо учитывать, что доверие / недоверие к социальным институтам включает отношение к различным его иерархическим уровням и структурным блокам:

- системе правил и норм функционирования института;
- различным иерархическим уровням института;
- организациям, осуществляющим деятельность института;
- группам людей, создавших и (или) регулирующих деятельность института, а также осуществляющих и контролирующих его функционирование;
- материально-техническим ресурсам и технологиям института и т.д.

Каждый из этих структурных блоков любого социального института по пяти шкалам доверия может быть оценен как:

- надежный, качественно выполняющий свои функции (Надежность);
- имеющий общие с субъектом цели и ценности (Единство);
- предсказуемый (Предсказуемость);
- вызывающий позитивные эмоции (Приязнь);
- понимающий выгоду от сохранения доверия (Расчет).

Выше при описании структурной модели доверия / недоверия было отмечено, что поскольку субъект выступает активным участником взаимодействия с социальным институтом, важными составляющими доверия / недоверия является *статус субъекта доверия и его позиция по отношению к данному институту*. Имеет значение, является ли этот субъект организатором, руководителем, простым исполнителем в деятельности института, или же он выступает потребителем его услуг. Может быть также, что деятельность института противоречит интересам конкретного субъекта и является угрозой для него (мнимой или реальной). Мнимой — в том случае, если речь идет об иррациональных страхах и предубеждениях. Реальной — в случае, если субъект осуществляет противоправную или асоциальную деятельность. Следовательно, важными субъектными детерминантами доверия / недоверия к социальному институту будут следующие показатели:

- *включенность* субъекта в деятельность данного института (степень и характер участия в его деятельности, в том числе профессионально, в качестве добровольных помощников или же в качестве противников и т.д.);
- *осведомленность* о деятельности института;
- *наличие опыта взаимодействия* с институтом и *модальность оценки* его результатов;
- субъективная оценка *значимости* института для жизни субъекта (включая позитивную и негативную модальности);
- *представления* субъекта о собственных *возможностях влиять* на деятельность института и т.д.

Такой подход позволяет дифференцированно изучать категории людей, занимающих разные позиции по отношению к институту. А именно он позволяет отделить:

- людей, профессионально участвующих в данном институте, от тех, кто является потребителем его услуг;

- людей, в жизни которых этот институт не играет важной роли, от тех, на которых его деятельность оказывает существенное влияние (как позитивное, так и негативное);
- людей, непосредственно взаимодействовавших с институтом, от тех, кто знает о нем понаслышке, — от других людей и через СМИ;
- людей, отстраненных от социума, от тех, кто активно включен в общественные процессы.

Следует также напомнить, что в качестве еще одной компоненты доверия / недоверия социальным и социотехническим системам мы выделяем доверие / недоверие *условиям функционирования системы*. Выше уже была обоснована необходимость учета влияния окружающих условий на формирование доверия, поскольку благоприятные или неблагоприятные условия оказывают противоположное влияние на состояние субъекта на его готовность к взаимодействию и общее доверие / недоверие к окружающему миру.

Все вышесказанное обусловливает сложность изучения доверия и недоверия к социальным институтам, поскольку предполагает оценку большого числа показателей. Разумеется, набор конкретных показателей каждого конкретного эмпирического исследования определяется его задачами и позволяет пренебречь частью из перечисленных характеристик. Однако чрезмерное упрощение неизбежно приведет к ошибкам при интерпретации результатов.

Новизна предложенного подхода и созданного на его основе методического инструментария заключается в том, что он позволяет оценивать степень доверия тем или иным институтам. Так, по каждому институту определяются доли высоко-доверяющих, низко-доверяющих, высоко-недоверяющих, низко-недоверяющих, а также амбивалентно относящихся респондентов. Принципиально новой возможностью программы эмпирического исследования является возможность выявления амбивалентности доверия и недоверия. Как уже было показано выше, любой объект доверия может представлять определенную опасность, не связанную напрямую с выполняемыми им функциям. В этом случае наряду с доверием (позитивными ожиданиями эффективности взаимодействия) существует и недоверие (опасе-

ние неожиданных неприятностей). В ходе фокус-групп и интервью с экспертами были выявлены основные дескрипторы недоверия, относящиеся к взаимодействию с социальными институтами и их различными составляющими.

Исследование показало, что существует некоторый *универсальный набор предикторов недоверия* для самых разных институтов: государственной власти, СМИ, образования, здравоохранения и т.д. В их ряду были названы:

- несоответствие норм и правил функционирования института требованиям современности;
- антигуманность принципов деятельности института;
- профессиональная некомпетентность сотрудников;
- низкий уровень материально-технической оснащенности;
- несовершенство технологий (например, бюрократические препоны — много бумаг, справок; плохая организация работы учреждений — очереди, духота, отсутствие мест ожидания, неудобный режим работы и т.п.);
- медлительность работы сотрудников;
- нежелание сотрудников института выполнять свои обязанности (равнодушие или даже отказ в помощи);
- утаивание сотрудниками института важной информации или даже предоставление неверной информации;
- вымогательство сотрудниками денег;
- физическое насилие и (или) психологическое давление со стороны сотрудников института;
- вторжение сотрудников института в частную жизнь;
- грубость, хамство, недружелюбие сотрудников института.

Анализ показывает, что часть перечисленных характеристик деятельности организаций и сотрудников института выступает *дескрипторами низкого доверия* (опасения низкого качества результатов взаимодействия), а часть — *дескрипторами недоверия* (опасения ущемления прав личности, причинения вреда ее имуществу, здоровью и достоинству).

Для практики очень важно не только констатировать уровень доверия или недоверия к социальным институтам, но и наметить пути по формированию доверия. Были проведены фокус-группы и опрос экспертов с целью выявления представлений о том, какие *меры способны повысить доверие и снизить недоверие к* самым

разным социальным институтам. В ходе фокус-групп были названы следующие *меры по повышению доверия и преодолению недоверия* к социальным институтам:

- информирование граждан о принципах и правилах работы социального института и обоснование его общественной значимости;
- предоставление возможности гражданам влиять на деятельность социального института;
- поддержка и поощрение ответственного отношения граждан к деятельности института;
- совершенствование правил и норм института;
- повышение организации работы сотрудников и совершенствование технологий деятельности института;
- повышение оперативности работы сотрудников и учреждений;
- повышение профессионального уровня работников социального института;
- внимание к моральному облику представителей института;
- усиление государственного контроля за деятельностью сотрудников и учреждений;
- предоставление гарантий безопасности здоровья и свободы личности граждан;
- открытость и прозрачность деятельности сотрудников и учреждений социального института для общественных организаций и граждан;
- индивидуальный подход к каждому гражданину;
- реальная возможность оспаривать и добиваться пересмотра решения сотрудников института;
- наращивание личного опыта взаимодействия граждан с институтом;
- демонстрация на деле общности целей социального института и граждан;
- формирование позитивного имиджа социального института.

Список из предложенных мер включает как мероприятия по совершенствованию структуры, организации и качества деятельности института, так и по информационной поддержке, а также мероприятия по формированию более позитивного его имиджа и большей открытости. Значимость тех или иных мер будет различной для отдельных групп и категорий респондентов, что

позволит разрабатывать комплекс мероприятий по повышению доверия дифференцированно для каждой целевой группы.

Достоинством предложенного подхода является то, что он позволяет оценить не только формально-динамический аспект доверия / недоверия к социальным институтам (уровень, динамика и т.д.), но также и его содержательный аспект (преобладающие компоненты, качественные показатели и т.д.). В наших недавних работах, посвященых качественному анализу доверия, было показано, что многообразие, разноплановость и многофункциональность отдельных видов доверия / недоверия заставляет задуматься над важными вопросами, связанными с их модальностью и качественной характеристикой [Купрейченко, 2012*б*]. Во-первых, какой именно вид доверия мы оцениваем посредством вопроса о доверии «людям вообще»? Во-вторых, какой вид доверия или соотношение доверия и недоверия является оптимальным для определенного сообщества на определенном этапе его развития, в частности, для современного российского общества? В практическом приложении это означает следующее: у разных категорий населения России преобладают различные виды доверия. Некоторые из них (деловое, гуманистическое или «зрелое» — основанное на опыте взаимодействия социально ответственных групп граждан) более прогрессивны, чем другие («слепое» или «клановое»), и в большей степени соответствуют ожиданиям и запросам общества. Поэтому важно не просто оценить уровень социального доверия, а построить своеобразную «карту» распространения различных видов доверия / недоверия на российском пространстве, то есть разделить население на разные категории по «качеству» доверия.

В целом представленный выше подход позволяет оценить уровень развития гражданского общества, в котором население и государство выступают партнерами, функционирование социальных институтов есть результат взаимодействия всех заинтересованных сторон, и где преобладает тип зрелых отношений доверия, а не слепой веры или страха. Формирование такого общества должно сопровождаться переходом: от патернализма к партнерству; от пассивности к взаимодействию; от безразличия к заинтересованности; от незнания к компетентности; от нереалистичных ожиданий к готовности внести собственный вклад;

от неверия и страха или «слепой» веры к подлинному доверию. Программа включает индикаторы всех перечисленных состояний общественного сознания. В ходе исследования возможно выявить амбивалентное отношение к социальным институтам, при котором позитивные ожидания (доверие) сочетаются с опасениями (недоверием). Практически значимые данные могут быть получены в результате анализа представлений населения о том, что препятствует формированию доверия, и о том, что может помочь повысить доверие и снизить недоверие.

Заключение

Выполненный анализ доверия к различным объектам подтвердил наличие общих его оснований независимо от природы объекта. То есть можно сказать, что критерии (основания), на которых строится доверие, имеют много общего для различных видов отношений — межличностных, межгрупповых, организационных, институциональных и т.д. Для их оценки могут быть использованы шкалы, которые соответствуют пяти основным компонентам персонифицированных видов доверия: Надежность, Единство, Предсказуемость, Приязнь, Расчет. Их использование возможно потому, что условием эффективной работы социальных и социотехнических систем является тесное взаимодействие и скоординированность действий создателей, разработчиков, модераторов системы, а также тех, кто обеспечивает ее бесперебойное функционирование, и, наконец, пользователей и потребителей услуг. Следует помнить и о влиянии других заинтересованных сторон — сторонников и противников конкретной социальной или социотехнической системы. Влияние человеческого фактора также проявляется в действии психологических механизмов персонификации, проекции, атрибуции, стереотипизации, идентификации и т.д., в результате которых вся система или отдельные элементы наделяются человеческими чертами, подозреваются в наличии некоторых намерений и расчетливых действий, им приписываются свойства, отражающие социальные стереотипы и предубеждения. Таким образом, предложенный подход, *учитывает как рациональную, так и иррациональную составляющую доверия* к любому виду социальных объектов и социотехнических систем.

Разработана программа изучения доверия и недоверия к социальным институтам, позволяющая оценить уровень и соотношение доверия / недоверия к социальным институтам у различных групп и категорий населения, а также их динамику. Она также позволяет разделить категории населения по «качеству» доверия / недоверия («слепое», или наивное, «клановое», «зрелое» и т.д.). Таким образом, инструментарий дает возможность не только количественного, но и качественного анализа доверия: его видов, оснований, факторов, препятствующих росту доверия, опасений вызывающих недоверие, а также факторов, повышающих доверие и снижающих недоверие. В ходе исследования возможно выявить амбивалентное отношение к социальным институтам, при котором позитивные ожидания (доверие) сочетаются с опасениями (недоверием). Недоверие оценивается как согласие с тем, что система может представлять определенную опасность, не связанную напрямую с выполняемыми ею функциями. Эти данные должны быть соотнесены с такими характеристиками субъекта доверия, как: *включенность* в деятельность данного института (степень и характер участия в его деятельности, в том числе профессионально или в качестве добровольных помощников), *осведомленность* о его деятельности, *наличие опыта* взаимодействия и *модальность оценки его результатов*, субъективная оценка *значимости социального института* (включая позитивную и негативную модальности), представления о собственных *возможностях влиять* на его деятельность. На основе полученных данных могут быть сформулированы конкретные рекомендации по разработке мероприятий, направленных на формирование зрелого гражданского доверия у различных категорий населения.

© Купрейченко А.Б., 2013

Глава 17. Доверие человека к технике: теоретическая модель и апробация методики

Введение

Проблема взаимодействия человека и техники в истории развития науки в известном смысле традиционна и является предметом междисциплинарного исследования. Как отмечает Б.Ф. Ломов, «проблема “человек — техника” — одна из основных проблем современной науки. Ее решение предполагает совместную работу инженеров, математиков, психологов, физиологов, анатомов и представителей многих других научных дисциплин, ибо по существу своему эта проблема требует комплексного исследования» [Ломов, 1966, с. 66]. Добавим, что даже внутри одной научной дисциплины необходимо объединение различных подходов и направлений для всестороннего изучения специфических факторов, играющих существенную роль в функционировании системы «человек — техника».

Одним из таких факторов нам представляется доверие человека к технике, изучаемое в рамках психологии труда, социальной и инженерной психологии, а также других смежных направлений научных дисциплин. Актуальность изучения феномена доверия к технике обусловлена поиском новых социальных, культурных, организационных, психологических детерминант повышения эффективности деятельности системы «человек — техника». В представленном контексте доверие к технике способствует регуляции взаимодействия в системе «человек — техника», согласованности функций компонент указанной системы для выполнения поставленной перед ней задачи.

Целью данной работы является обоснование и эмпирическая проверка модели доверия человека к технике.

Современное состояние исследований доверия технике

Логика взаимодействия человека и техники, его социальные следствия и тенденции развития привлекают к себе внимание большого количества исследователей. Вместе с тем изучение доверия человека к технике представляет определенную сложность, обусловленную, с одной стороны, отсутствием единства мнений в самой возможности отнесения социально-психологического понятия доверия к неодушевленному объекту, с другой — в разнообразии теоретических подходов к пониманию сущности этого понятия.

Накопленный в различных науках — социологии, психологии, философии, экономике, политологии и др. — теоретический и эмпирический материал по теме доверия позволяет рассмотреть данную проблему с различных сторон для определения собственной позиции в изучении доверия технике.

В социологии доверие рассматривается как социальная проблема, социально-экономический механизм, обеспечивающий социальное развитие и социальный порядок [Столяр, 2008]. Причины обращения социологов к данной проблеме, как считает Фреик Н.В. (2006), в первую очередь связаны с преобладанием культурной проблематики среди актуальных социологических изысканий, с акцентом на культурной обусловленности действия. Доверие изучается и как фактор эффективного экономического развития, элемент специфического механизма принятия рыночных решений в условиях недостаточной или противоречивой информации [Яременко, 2009]. Уровень доверия считается одним из ключевых условий функционирования рыночной экономики. Концепции доверия используются также для объяснения относительно нового класса явлений: лояльности потребителей, организационных взаимодействий, коррупции; при изучении вынужденного, репутационного, сетевого и других типов доверия в качестве элемента рыночных отношений [Ромашкин, 2011]. В большинстве философских работ доверительные отношения представляются как подлинный фундамент любой человеческой и общественной конструкции, в основе которой лежат общепринятые нравственные нормы, сходство ценностных ориентаций, уверенность в том, что одни люди не будут эксплуатировать

добрую волю других [Мышляева, 2006; Петрова, Чанхиева, 2011; Рутковский, 1967; Уколова, 2010; Rempel et al., 1985; Ring, Van de Ven, 1994]. Доверие рассматривается с точки зрения отношения одной личности к другой как добропорядочной, ответственной, честной, правдивой.

Изучению психологической природы доверия посвящены работы многих российских и зарубежных авторов [Антоненко, 2006; Журавлев, Сумарокова, 1998; Журавлева, 2004; Зинченко, 2001; Купрейченко, 2008; 2012; Скрипкина, 2000; Шихирев, 1998; Barber, 1983; Lewicki, Bunker, 1995; McAllister, 1995; 1997; Yamagishi, Yamagishi, 1994]. Как подчеркивает А.Б. Купрейченко, доверие определяется в разных исследованиях как ожидание, установка, состояние, отношение, чувство, процесс социального обмена, личностное и групповое свойство и т.д. Отмечается актуальность исследования детерминант, оснований, критериев и компонент различных видов доверия, механизмов их формирования, динамики развития, соотношения с другими феноменами, что обусловлено необходимостью создания сопоставимых концептуальных моделей доверия как социально-психологического явления, а также согласованности теоретических позиций его исследования [Купрейченко, 2008]. По мнению Т.П. Скрипкиной, «доверие, первоначально возникая в субъективном, внутреннем мире личности (как переживание или особого рода отношение), может проявиться лишь посредством активности человека. В момент взаимодействия оно как бы «выносится» в сам акт взаимодействия и существует и в человеке, и между человеком и объектом взаимодействия. Акт взаимодействия служит опытной проверкой первоначально существующего доверия, и в зависимости от получаемого опыта уровень доверия постоянно корректируется человеком» [Скрипкина, 2000, с. 86].

Начало изучения доверия человека к технике обычно относят к работам Б. Мюра и его группы в Торонто по исследованию доверия к автоматизированным системам контроля. Была создана шкала субъективных рейтингов для оценки участниками восприятия надежности и достоверности автоматизированных систем [Barber, 1983; Dreyfus, 1986; Dzindolet, 2003; Jian et al., 2000; Lee, Moray, 1992; Muir, 1994; Muir, Moray, 1996]. В дальнейшем доверие к технике изучалось в основном в рамках исследований

процессов автоматизации и компьютерной информатизации [Jian et al., 2000; Lerch, Prietula, 1989; Lewandowsky et al., 2000; Rempel et al., 1985; Trust in systems.., 2004; Waern, Ramberg, 1996]. Целесообразно отметить, что постановка вопроса о возможности применения термина «доверие» к понятию «техника» носит дискуссионный характер. Рассмотрение феномена доверия уместно, по мнению некоторых авторов, в отношении тех неодушевленных объектов, которые выполняют социальные функции, связаны с деятельностью людей и определяются возможностью наделения их свойствами ситуативной значимости и безопасности в ситуациях взаимодействия с человеком [Купрейченко, 2008; Скрипкина, 2000].

Многие исследователи большое внимание уделяли вопросам сходства и различия характеристик доверия к технике с другими видами доверия. В своем исследовании Дж. Джиан, А. Бизанц, С. Друри сосредоточились на доверии человека к системам автоматизации для оценки его отличия от доверия между людьми или от общего доверия [Jian et al., 2000]. Кроме того, они пытались определить возможное сходство и различие между концепциями общего доверия, межличностного доверия и доверия людей к автоматизированным техническим системам. В итоге эти авторы пришли к выводу о том, что три типа доверия — общее доверие, межличностное доверие и доверие человека к технике — как правило, сходны, а потому нет необходимости изучать их «по-разному». Согласно С. Левандовски, М. Манди, и Г. Тан, доверие человека к человеку на социальном уровне может отличаться от доверия человека к технике, но в определенных условиях (например, распределение производственных функций в сложных ситуациях) доверие между людьми имеет сходство с наблюдаемым доверием человека-оператора к автоматизированной системе [Lewandowsky et al., 2000].

Некоторые исследователи, однако, ставят под сомнение предполагаемое сходство межличностного доверия и доверия к технике. Ф. Лерх и М. Приетула, например, исследовали, как качества, приписываемые субъектам, связаны с доверием оператора к автоматизированным системам [Lerch, Prietula, 1989]. Они обнаружили, что источник информации, а именно человек-новичок, человек-эксперт или компьютер, играют важную роль

в формировании доверия. Результаты исследования показали, что, с одной стороны, когда уровни доверия экспертов и новичков технике не отличаются, они используют разную информацию при принятии решений. С другой стороны, когда доверие эксперта информации, предоставляемой техникой, выше, чем у новичка, они используют одинаковую информацию для выполнения последующих действий.

И. Ваерн и Р. Рамберг в своем исследовании, посвященном сравнению доверия информации, предоставляемой другим человеком или компьютером, обнаружили различия. По результатам этого исследования оказалось, что человеческим советам доверяют больше, чем компьютерным подсказкам. Вместе с тем в исследовании, касающемся проблемы ремонта автомобиля, были получены противоположные результаты. Авторы работы сделали вывод о том, что выявленные различия могут быть объяснены различиями в специфике задачи и опыте участников [Waern, Ramberg, 1996].

Обобщая результаты рассмотренных выше исследований, можно согласиться с теми авторами, которые утверждают, что различие между доверием к людям и «не к людям» заключается в приписывании таких понятий, как «характер», «мотивы», «намерения», и «ценности», лицу, которому мы доверяем [Lerch, Prietula, 1989; Lewandowsky et al., 2000; Rempel et al., 1985; Trust in systems.., 2004]. Так, Ф. Лерх и М. Приетула объяснили полученные результаты той причиной, что пользователи приписывали опытному специалисту (эксперту) такое свойство, как надежность, но при этом не приписывали эту же черту ни новичку, ни автоматизированной системе. Подобно этому, Левандовски и его коллеги утверждали, что доверие людей технике является асимметричным, потому что люди могут быть не готовы приписывать технике ценности, мотивы и личные цели. Вместе с тем некоторыми авторами выдвигается предположение, что отличие доверия к технике от доверия к человеку связано с различием в частоте взаимодействия «человек — человек» и «человек — машина» и в доступности информации в социальном взаимодействии и во взаимодействии с техникой [Ring, Van de Ven, 1994; Trust in systems.., 2004]. Существующие исследования доверия человека технике в значительной степени опираются на психологические

и социологические модели и предполагают сходство концептуальных подходов изучения данного феномена с изучением доверия между людьми. Большинство авторов сходятся во мнении, что вопросы доверия человека технике, включая процессы его развития и влияния на успешность управления техникой, требуют дальнейшего изучения [Купрейченко, 2008].

Авторский подход к исследованию

Вследствие отсутствия согласованной теоретической позиции исследователей в деле понимания сущности и содержания доверия мы полагаем необходимым представить свое понимание понятия доверия человека к технике.

Известно, что вопрос о сущности техники всегда решался в связи с человеком, пониманием ее как вида и средства человеческой деятельности, воплощения человеческих знаний. В настоящее время технические объекты рассматриваются в контексте изучения системы «человек — техника», анализ которой подразумевает установление сущности и специфики ее составляющих: человека как определяющей «компоненты» системы и техники как специфического средства человеческой деятельности [Геворкян, 2006]. Каждая из этих компонент также является системой, состоящей из отдельных элементов. Например, человек (или люди) как субъективно-антропологическая компонента системы может включать трудовой коллектив или множество взаимосвязанных рабочих групп — проектировщиков, операторов, руководителей и т.д. Техника — объективно-техническая компонента — тоже может в качестве элементов включать многообразные виды производственных технических объектов, которые выполняют самостоятельные функции и представляют целостные образования. Источником функционирования такой системы в целом является необходимость взаимодействия ее компонент для создания некоторого единства, например, выполнения поставленной задачи [Геворкян, 2006, с. 48]. В большинстве работ, посвященных изучению современной техники, выделяется ее социальная функция, которая, по общему мнению, является системообразующим фактором в системе технического объекта и выражается в способности принимать

на себя те или иные функции людей или существенно их преобразовывать для облегчения и повышения эффективности деятельности человека [Шеменев, 1979].

В нашем исследовании мы определяем технику как компоненту системы «человек — техника»; функциональное единство данной системы состоит в удовлетворении человеческих потребностей, достигаемое оптимизацией взаимодействия компонент, обеспечивающего функционирование системы. Являясь элементом общественной системы и средством человеческой деятельности, техника выполняет социальные функции. Так, например, усложнение техники предполагает повышение образовательного уровня людей, ей управляющих, то есть реализуется функция развития. Изменение условий труда приводит к созданию новых технических средств, а следовательно, новых видов трудовой деятельности, таким образом реализуется функция преобразования профессиональной деятельности.

Обоснованность указанного подхода подтвердили результаты проведенного нами опроса машинистов и помощников машинистов Горьковской железной дороги о понимании техники [Акимова, 2012]. Большинство респондентов отметили, что техника является сложным техническим комплексом («все устройства локомотивной тяги, системы централизации управления, путевое хозяйство и др.», «транспорт, управляемый человеком», «комплекс автоматического и механического оборудования», «все техническое оснащение железной дороги»), выделили его социальные функции («помощь в работе», «техническое средство, которое тебя кормит», «достижение ума и развития человечества», «машина для удовлетворения нужд человека», «облегчает жизнь и условия работы»). Мы полагаем, что сложность технических систем и выполнение ими определенных социальных функций создают основу для восприятия техники как «умной», «помогающей в трудных ситуациях», «подобной человеку». Это приводит к тому, что в некоторых ситуациях отношение к технике становится подобным отношениям между людьми и определяет поведение человека во взаимодействии с техникой.

Эти ситуации, согласно данным опроса, характеризуются сложными условиями работы, «экстремальностью» (то есть, по описаниям машинистов, «когда технике тяжело и она работает

на пределе возможностей», «когда преодолевает затяжные подъемы» и др.), началом выполнения задания и окончанием работы (перед работой: «ну, давай, милая, поехали», «когда доехали до места назначения», «когда хорошо поработала», «когда приводит к цели»), неожиданным возникновением неисправности в пути («подводит», «плохо работает», «не оправдывает ожидания»). В описанных ситуациях, подобно тому, как и в ситуациях межличностного взаимодействия, респонденты хвалят или ругают свою технику, просят у нее помощи. В сложных и аварийных ситуациях, как отмечали машинисты, приходится «подбадривать» технику, обращаться к ней за помощью: «не капризничай», «крошка, тяни», «давай, дорогой, сделаем эту работу» и др. Описанные ситуации обладают некоторым уровнем неопределенности (заранее неизвестно, какова будет дорожная ситуация в каждый конкретный момент) и характеризуются различной степенью уязвимости или риска для человека, взаимодействующего с техникой.

Рассматривая доверие человека к технике, мы придерживались подхода к понятию «доверие» как психологическому отношению, включающему «интерес и уважение к объекту или партнеру; представление о потребностях, которые могут быть удовлетворены в результате взаимодействия с ним; эмоции от предвкушения их удовлетворения и позитивные эмоциональные оценки объекта или партнера; расслабленность и безусловную готовность проявлять по отношению к нему добрую волю, а также совершать определенные действия, способствующие успешному взаимодействию» [Купрейченко, 2008, с. 56–57].

Качественное своеобразие доверия к технике в соответствии с таким подходом определяется теми свойствами, которые, согласно В.Н. Мясищеву, устанавливают содержательные связи техники с окружающей общественной действительностью [Мясищев, 1995]. Такими свойствами, по мнению участников нашего исследования, являются «надежность», «предсказуемость», «знание техники», «исправная работа», «уверенность в выполнении задания», «умение управлять техникой». Данные проведенного опроса отражают своеобразие понятия доверия к технике, которое, на наш взгляд, выражается в специфическом отношении человека к ней, характеризуемом степенью реализуемости с помощью техники профессиональных задач, то есть предсказуемостью ее работы [Акимова, 2012].

Исходя из представления о существовании целостного феномена доверия как самостоятельного психологического явления, связанного с взаимодействием человека и мира, мы полагаем, что содержание доверия к технике включает факторы, связанные с объектом доверия и с индивидуальными особенностями человека. В исследовании Б. Мюра, например, было показано, что для качественного взаимодействия человека и техники необходимо доверие и к автоматизированной системе управления, и к собственным способностям [Muir, Moray, 1996]. Обе компоненты вместе способствуют эффективности выполнения задачи.

Учитывая результаты описанных выше исследований, фактором, связанным с характеристиками объекта доверия и определяющим своеобразие отношения доверия технике, можно назвать представление человека о надежности техники, то есть о способности техники выполнять заданные функции, сохраняя свои характеристики в определенных пределах. Поскольку степень реализуемости задач зависит не только от надежности техники, но и от степени ее освоенности человеком, то другим фактором, влияющим на доверие и связанным с его индивидуальными особенностями, является освоенность техники, субъективно проявляющаяся в степени своей уверенности в овладении техникой. Таким образом, своеобразие отношения доверия к технике определяется тем, как человек презентирует себе, во-первых, надежность работы техники и, во-вторых, степень ее освоенности.

Таблица 1

Типы доверия к технике на основе соотношения уровня выраженности факторов надежности и освоенности

Тип/степень предсказуемости		**Надежность**		
		низкий уровень выраженности	**средний уровень выраженности**	**высокий уровень выраженности**
Освоенность	высокий уровень выраженности	А / средняя	Б / высокая	В / оченье высокая
	средний уровень выраженности	Г / низкая	Д / средняя	Е / высокая
	низкий уровень выраженности	Ж / очень низкая	З / низкая	И / средняя

Предложенное понимание отношения доверия к технике было положено в основу создания содержательной модели данного феномена и классификации его типов. В указанной модели доверие

технике рассматривается в диапазоне реализуемости человеком во взаимодействии с техникой поставленных задач: от очень низкой до очень высокой степени реализуемости. В качестве критерия выделения диапазона выступает соотношение уровней выраженности факторов надежности и освоенности. Различные варианты этих соотношений позволяют выделить девять типов доверия технике: высокая надежность / высокая освоенность (В), высокая надежность / средняя освоенность (Е), высокая освоенность / средняя надежность (Б), высокая освоенность / низкая надежность (А), средняя надежность / средняя освоенность (Д), высокая надежность / низкая освоенность (И), средняя освоенность / низкая надежность (Г), средняя надежность / низкая освоенность (З), низкая освоенность/низкая надежность (Ж) (см. табл. 1).

Подход к доверию технике как психологическому отношению предполагает выделение в его структуре когнитивной, эмоционально-оценочной и поведенческой компонент. Когнитивная компонента включает знание о надежности работы техники; представление о вероятности ее работы без сбоев и отказов в разных условиях и при решении разных задач; представление о мере освоенности техники. Эмоциональная компонента — эмоциональную оценку степени уверенности в работе техники, а также степени уверенности в своих возможностях управления техникой. Поведенческая компонента — готовность к выполнению определенных управляющих техникой действий, обеспечивающих эффективное выполнение профессиональных задач в разных условиях. С учетом выделяемых компонент можно привести содержательную характеристику каждого типа доверия к технике:

- *тип В* (высокая надежность / высокая освоенность) характеризуется, с одной стороны, знанием о высокой степени надежности, безотказности работы техники, позитивной оценкой ее работы в разных условиях, отсутствием контроля за работой техники, с другой — осознанием полного умения управления техникой, позитивной оценкой своих знаний и навыков по ее управлению, готовностью использовать свои знания и навыки в любых ситуациях. Предполагает очень высокую степень предсказуемости относительно реализации поставленных задач;

- *тип Е* (высокая надежность / средняя освоенность) характеризуется, с одной стороны, знанием о высокой степени надежности, безотказности работы техники, позитивной оценкой ее работы в разных условиях, отсутствием контроля за работой техники, с другой — осознанием необходимости дальнейшего осваивания техники, позитивной оценкой своих знаний и средней оценкой навыков по ее управлению, готовностью использовать свои знания и имеющиеся навыки, а также приобретать дополнительные навыки управления. Предполагает высокую степень предсказуемости относительно реализации поставленных задач;
- *тип И* (высокая надежность / низкая освоенность) характеризуется, с одной стороны, знанием о высокой надежности, безотказности работы техники, позитивной оценкой ее работы в разных условиях, отсутствием контроля за работой техники, с другой — осознанием низкого умения управления техникой, позитивной оценкой своих знаний и негативной — навыков управления, готовностью использовать имеющиеся знания и приобретать навыки взаимодействия с техникой. Предполагает среднюю предсказуемость относительно реализации поставленных задач;
- *тип Б* (средняя надежность / высокая освоенность) характеризуется, с одной стороны, знанием о возможности отказа работы техники, средней оценкой стабильности работы техники в разных условиях, осуществлением частичного контроля за ее работой, с другой — осознанием полного умения управления техникой, позитивной оценкой своих знаний и навыков по ее управлению, готовностью использовать свои знания и навыки в любых ситуациях. Предполагает высокую предсказуемость относительно реализации поставленных задач;
- *тип Д* (средняя надежность / средняя освоенность) характеризуется, с одной стороны, знанием о возможности отказа работы техники, средней оценкой стабильности работы техники в разных условиях, осуществлением частичного контроля за ее работой, с другой — осознанием необходимости дальнейшего осваивания техники, позитивной оценкой своих знаний и средней оценкой навыков по ее управлению,

готовностью использовать свои знания и имеющиеся навыки, а также приобретать дополнительные навыки управления. Предполагает среднюю степень предсказуемости относительно реализации поставленных задач;

- *тип З* (средняя надежность / низкая освоенность) характеризуется, с одной стороны, знанием о возможности отказа работы техники, средней оценкой стабильности работы техники в разных условиях, осуществлением частичного контроля за ее работой, с другой — осознанием низкого умения управления техникой, позитивной оценкой своих знаний и негативной — навыков управления, готовностью использовать имеющиеся знания и приобретать навыки взаимодействия с техникой. Предполагает низкую степень предсказуемости относительно реализации поставленных задач;
- *тип А* (низкая надежность / высокая освоенность) характеризуется, с одной стороны, знанием о высокой вероятности отказа техники, негативной оценкой стабильности ее работы в разных условиях, необходимостью контроля за работой техники, с другой — осознанием полного умения управления техникой, позитивной оценкой своих знаний и навыков по ее управлению, готовностью использовать свои знания и навыки в любых ситуациях. Предполагает среднюю степень предсказуемости относительно реализации поставленных задач;
- *тип Г* (низкая надежность / средняя освоенность) характеризуется, с одной стороны, знанием о высокой вероятности отказа техники, негативной оценкой стабильности ее работы в разных условиях, необходимостью контроля за работой техники, с другой — осознанием необходимости дальнейшего осваивания техники, позитивной оценкой своих знаний и средней оценкой навыков по ее управлению, готовностью использовать свои знания и имеющиеся навыки, а также приобретать дополнительный опыт управления. Предполагает низкую степень предсказуемости относительно реализации поставленных задач;
- *тип Ж* (низкая надежность / низкая освоенность) характеризуется, с одной стороны, знанием о высокой вероятности отказа техники, негативной оценкой стабильности ее работы

в разных условиях, необходимостью контроля за работой техники, с другой — осознанием низкого умения управления техникой, позитивной оценкой своих знаний и негативной — навыков управления, готовностью использовать имеющиеся знания и приобретать навыки взаимодействия с техникой. Предполагает очень низкую степень предсказуемости относительно реализации поставленных задач.

Эмпирическое подтверждение теоретической модели проводилось с использованием разработанной А.Ю. Акимовой методики «Доверие машиниста локомотива к технике». Методика позволяет оценить уровень выраженности доверия технике, факторов «надежность» и «освоенность», сконструирована по принципу семантического дифференциала и включает 20 пар противоположных утверждений, оцениваемых по 7-балльной шкале. Апробация методики проводилась на выборке из 554 работников локомотивных бригад Горьковской железной дороги. Были определены показатели надежности по внутренней согласованности, ретестовой надежности, конструктной, содержательной и критериальной валидности, проведена стандартизация опросника. В результате психометрической проверки было подтверждено, что опросник соответствует требованиям, предъявляемым к психодиагностическому инструментарию.

Эмпирические данные, полученные с использованием разработанного опросника, позволили определить уровень выраженности доверия технике машинистов локомотивных бригад. Низкий уровень наблюдается у 16% респондентов (88 человек), средний — у 66% (367 человек), высокий — у 18% (99 человек). Эти результаты свидетельствовали о том, что во взаимодействии с техникой у подавляющего большинства респондентов (84%) включено отношение доверия технике, которое является одним из факторов регуляции профессиональной деятельности в неопределенных ситуациях и ситуациях риска.

В результате проведенного исследования все обследованные машинисты дифференцированы по девяти типам доверия технике в зависимости от соотношения уровней выраженности надежности и освоенности. Наибольшее количество респондентов (50%, или 277 человек) отнесены к типу Д (средний уровень надежности / средний уровень освоенности), по 8,5–10% участ-

ников опроса (от 47 до 55 человек) — к типам В (высокая надежность / высокая освоенность), Е (высокая надежность / средняя освоенность), Г (средняя освоенность / низкая надежность), З (средняя надежность / низкая освоенность), по 5,5% (30 человек) — к типам Б (высокая освоенность / средняя надежность) и Ж (низкая надежность/низкая освоенность). Типы А (высокая освоенность / низкая надежность) и И (высокая надежность / низкая освоенность) определены у наименьшего количества испытуемых (по 0,5%, или 3 человека). Полученные данные подтвердили обоснованность выделения типов доверия в теоретической модели.

Изучение взаимосвязи доверия к технике с доверием к себе, другим людям и миру по методике А.Б. Купрейченко (2008) показало наличие положительной корреляции изучаемого феномена с доверием личности к себе в умении строить взаимоотношения с окружающим миром и другими людьми, в умении давать оценки и делать прогнозы, к другим людям — в умении сотрудничать и оказывать взаимопомощь (коэффициенты корреляции 0,2–0,21). Существует взаимосвязь фактора надежности с доверием другим людям в умении сотрудничать и оказывать взаимопомощь (коэффициент корреляции 0,25), а также фактора освоенности с доверием к себе в умении строить взаимоотношения с окружающими (коэффициент корреляции 0,23). В целом представленные данные указывают на взаимосвязь доверия человека к себе, другим и окружающему миру с доверием технике, готовностью и стремлением к участию в конструктивном построении взаимодействия с техникой, а также с доверием к себе в прогнозировании будущих результатов взаимодействия.

В ходе нашего исследования были получены данные, подтвердившие динамичный характер доверия технике. Сравнение уровней выраженности изучаемого вида доверия и его факторов — надежности и освоенности — в двух группах испытуемых со стажем работы до 10 лет и более 10 лет показало их значительный рост с увеличением опыта работы по всем составляющим доверия к технике (уровень значимости $p \leq 0,01$).

Таким образом, предложенный теоретический подход к изучению доверия технике эмпирически подтвердился. Результаты исследования, проведенного с использованием авторского

опросника, в основу которого положена разработанная теоретическая модель, позволили определить уровень выраженности доверия к технике участников исследования и дифференцировать их по типам доверия. Полученные данные подтвердили динамический характер изучаемого феномена и взаимосвязь доверия к технике с доверием к себе, другим и окружающему миру.

Заключение

Изучение доверия к технике представляет в настоящее время актуальную проблему, связанную с поиском новых социальных, культурных, организационных и психологических детерминант повышения эффективности систем «человек — техника». Сложность изучения доверия технике определяется отсутствием согласованной теоретической позиции исследователей к пониманию сущности и содержания доверия и многообразием подходов к изучению сложной техники.

Предложенная теоретическая модель доверия технике основывается на рассмотрении изучаемого феномена как специфического психологического отношения, своеобразие которого выражается в том, как человек презентирует себе степень реализуемости с помощью техники поставленных задач, то есть предсказуемость ее работы. В модели выделяются две составляющие отношения доверия к технике — представления человека о надежности техники и ее освоенности.

Предложена типология доверия технике, основанная на соотношении степени выраженности этих составляющих. Выделено девять типов доверия к технике: В — высокая надежность / высокая освоенность, Е — высокая надежность / средняя освоенность, И — высокая надежность / низкая освоенность, Б — средняя надежность /высокая освоенность; Д — средняя надежность / средняя освоенность, З — средняя надежность / низкая освоенность, А — низкая надежность / высокая освоенность, Г — низкая надежность / средняя освоенность, Ж — низкая надежность / низкая освоенность. Исходя из принятого понимания психологического отношения как 3-компонентной структуры, каждый тип отношения доверия к технике включает когнитивную, эмоциональную и поведенческую компоненты.

Получены эмпирические данные о том, что во взаимодействии с техникой у подавляющего большинства машинистов локомотива (84% выборки) включено отношение доверия технике, которое является одним из факторов регуляции профессиональной деятельности в неопределенных ситуациях и ситуациях риска. Дифференцирование машинистов по типам доверия подтвердило представленность всех девяти типов среди участников исследования, среди которых 50% обследуемых отнесены к типу Д (средняя надежность / средняя освоенность), тогда как по 0,5% обследуемых — к типам А (высокая освоенность / низкая надежность) и И (высокая надежность / низкая освоенность).

Выявлено, что у машинистов локомотива, имеющих большой опыт взаимодействия с техникой, общая выраженность уровня доверия технике значительно выше по сравнению с имеющими меньший опыт такого взаимодействия.

© Обознов А.А., Акимова А.Ю., 2013

Глава 18. Доверие к рекламе в структуре маркетинговых коммуникаций[1]

Введение

Чувство доверия потребителя к рекламе является одним из наиболее важных условий при организации любых рекламных мероприятий. В последнее время исследования феномена доверия интенсивно проводятся как на фундаментальном, так и на эмпирическом уровне [Купрейченко, 2008]. К. Изард полагает, что чувства — это высшие эмоции, многие из которых возникают только в условиях общения, коммуникации людей друг с другом [Изард, 1999]. Здесь логично рассматривать доверие как психическое состояние человека, возникающее в информационной неопределенности, когда отсутствие точной информации (знания) компенсируется неким предположением о результатах деятельности, которое человек принимает без доказательств. Если данное предположение окрашено позитивным эмоциональным переживанием, точнее — вызывает позитивное отношение, то можно говорить о доверии, если негативным, то можно зафиксировать недоверие.

Очевидно, что доверять или не доверять можно только другому человеку, то есть рекламное сообщение чаще всего рассматривается как некое послание рекламодателя потенциальному потребителю. Поэтому за доверием / недоверием к рекламе всегда можно обнаружить доверие / недоверие к тому, кто эту рекламу предлагает: рекламодателю, производителю и распространителю рекламы. Таким образом, рассматривая данный феномен на практике, необходимо в равной степени уделять внимание когнитивным, аффективным и интерактивным характеристикам рекламы [Лебедев-Любимов, 2007; 2008].

[1] Статья подготовлена по материалам исследования, поддержанного РГНФ.

Сегодня в научно-прикладной литературе по маркетингу традиционную рекламу рассматривают как один из видов маркетинговой коммуникации наряду с другими формами продвижения товаров и услуг на рынке [Блайд, 2004]. Некоторые авторы выделяют несколько десятков маркетинговых коммуникаций, различающихся по тому, какие именно психические процессы, свойства и состояния потребителей, в каком «наборе» и в какой последовательности используются маркетологами для достижения основной цели бизнеса — продажи товаров / услуг и получения прибыли. В настоящее время термины «реклама», «рекламная коммуникация» и «маркетинговые коммуникации» многими отечественными авторами употребляются как синонимы, хотя в зарубежной литературе с конца прошлого века дифференциация данных понятий уже считается обязательной [Там же].

Поскольку на практике рекламная (маркетинговая) коммуникация — процесс, требующий контроля его когнитивных и аффективных составляющих, целесообразно рассмотреть психологические механизмы доверия / недоверия с точки зрения потребностно-информационного подхода. Информационный подход к анализу психических явлений был критически проанализирован многими российскими психологами, в частности, О.К. Тихомировым [Тихомиров, 1990].

Как известно, наиболее детально данный подход разрабатывался в отечественной психологии П.В. Симоновым [Симонов, 1970; 1975]. Он предложил модель, в соответствии с которой эмоции появляются вследствие недостатка или избытка сведений, необходимых для удовлетворения потребности. Степень эмоционального напряжения определяется в этом случае силой потребности и величиной дефицита прагматической информации, необходимой для достижения цели[1].

Из информационной теории (гипотезы) П.В. Симонова следует, что необходимыми и достаточными для возникновения

[1] Для описания закономерностей соотношения информации и эмоций Симонов предложил следующую формулу: Э = П (Ин – Ис). Где Э — сила, качество и знак эмоции; П — сила и качество актуальной потребности; Ин — информация о средствах, необходимых для удовлетворения существующей потребности; Ис — информация о средствах, которыми располагает человек в данный момент времени. Ин-Ис — оценка возможности удовлетворить потребность на основе врожденного (генетического) и приобретенного опыта. Из этой формулы следует, что при Ис > Ин эмоция приобретает положительный знак, а при Ис < Ин — отрицательный.

любой эмоции являются только два фактора: потребность и информационная вероятность (возможность) ее удовлетворения. Именно это положение его теории было подвергнуто серьезной критике со стороны психологов и психофизиологов. Обычно человек ориентирует свое поведение на сигналы событий с высокой вероятностью прежде всего на то, что в прошлом чаще встречалось. В этом случае, в соответствии с моделью Симонова, поведение человека становится адекватным и ведет к достижению цели. То есть в условиях максимальной определенности цель может быть достигнута без возникновения эмоций.

Однако в неопределенных ситуациях человек не располагает необходимой информацией, чтобы правильно организовать свое поведение для удовлетворения потребности. В результате появляются отрицательные эмоции. Например, эмоции страха или тревоги возникают при недостатке информации, необходимой для обеспечения защиты. С точки зрения П.В. Симонова, человек не должен испытывать никаких эмоций, если достигнутый успех им ожидался. В этом случае он должен радоваться только неожиданному успеху, когда прогноз был хуже, чем полученный результат. Например, опытный спортсмен, победивший новичка, особой радости от победы не испытывает[1].

Анализируя различия между положительными и отрицательными эмоциями, Симонов утверждал, что поведение живых существ направлено на минимизацию отрицательных эмоций и максимизацию положительных. Однако минимизация имеет предел в виде некоего нуля. Для максимизации предела нет, так как теоретически он представляет собой бесконечность. Эта теория не объясняет многие психологические феномены, в частности, возникновение бимодальных эмоций, когда могут быть одновременно выявлены как положительные, так и отрицательные переживания в один и тот же момент времени.

[1] Модель Симонова противоречит, например, модели П.К. Анохина, который полагал, что «положительное эмоциональное состояние при удовлетворении потребности возникает только в том случае, если информация от результатов происшедшего действия совпадает с информацией акцептора действия. Наоборот, несовпадение обратных афферентных сигналов от негативных результатов с информацией акцептора действия ведет к возникновению отрицательной эмоции. Акцептор (результатов) действия (термин Анохина) — сеть вставочных нейронов, охваченных кольцевым взаимодействием, которая является моделью будущих результатов действия.

Если следовать данной теории, то доверие (или недоверие) как эмоциональное состояние должно возникать (или не возникать), когда полученный результат человек соотносит с предшествующим прогнозом. Очевидно, что если результат — это приобретение товара, то доверие возникает после покупки. Если результат — употребление товара по назначению, то оно должно возникнуть (или не возникнуть) намного позже. Эти неудобные противоречия осложняют применение информационных моделей эмоций для оценки доверия / недоверия рекламе. Хотя хорошо известно, что основой психологического воздействия в рекламной практике является именно манипулирование информацией (сокрытие от потребителя части существенной информации, преувеличение значения одного информационного сообщения по отношению к другому, латерализация информации и т.д.) [Лебедев-Любимов, 2007]. Также известно, что из-за переизбытка информации в рекламе часто возникают негативные эмоции.

Если рассмотреть механизм доверия / недоверия к рекламе в рамках какой-либо принципиально иной психологической концепции, например, психоанализа, то можно получить иное объяснение данному феномену. В частности, есть основания предположить, что доверие рекламе может возникать как результат «срабатывания» некоего механизма личностной защиты. Человек как бы защищает свое «внутреннее благополучие» тем, что он начинает слепо доверять формально-динамическим характеристикам рекламы, отказываясь от анализа ее содержания. Этот механизм защиты может быть результатом негативного прошлого опыта (потребительского поведения). То есть точно так же, как перестает замечать неудобство человек, который «устал с ним бороться». В этом случае недоверие к рекламе также может объясняться в рамках психоанализа иначе, чем при информационном подходе. Например, недоверие может рассматриваться как результат невротической реакции на тот же длительный негативный опыт потребительского поведения. В этом случае возникает необходимость изучения того, почему у одних людей срабатывает первый механизм, у других реализуется второй.

Активно рекламная деятельность как самостоятельный вид бизнеса в нашей стране начала осуществляться в 1990-е годы. В условиях переходного периода от плановой к рыночной эконо-

мике проблема доверия к рекламе стояла очень остро. Особенно востребованной была практическая составляющая: мониторинговые исследования, методы тестирования рекламных материалов и др. Особый пик практического интереса к данному явлению возник после дефолта 1998 г., когда за очень короткий период времени с рынка ушло огромное количество российских банков, торговых и других фирм [Лебедев-Любимов, 2007; 2008]. Интерес к проблеме отношения и доверия рекламе российских потребителей активно проявляли зарубежные компании, так как доверие / недоверие к предлагаемым им товарам и услугам было в те годы основным критерием, следуя которому россияне осуществляли свой выбор. Однако психология российских потребителей, в частности, мотивация потребительского поведения, долго оставались загадкой для многих пришедших на наш рынок с Запада коммерческих структур.

Следует подчеркнуть, что в 1990-х годах в условиях товарного дефицита и стагнации отечественного производства наибольшее доверие на рынке ширпотреба российские потребители оказывали товарам зарубежных компаний [Лебедев, 2011; Лебедев, Боковиков, 1996]. Именно поэтому очень многие зарождающиеся российские фирмы эксплуатировали идею зарубежных брендов, выходя на внутренний рынок страны. Так возникли известные сегодня российские предприятия, например, Wimm-Bill-Dann[1], а также постепенно ушедшие в небытие, крупные бизнес-структуры Microdin, DIAL electronic и другие, которые вкладывали огромные деньги в рекламу своих товаров и услуг [Лебедев-Любимов, 2007].

Результаты исследования

В 1990-е годы российские психологи довольно быстро реагировали на запросы развивающегося бизнеса, однако долгое время основными методами оценки доверия / недоверия рекламе выступали достаточно простые — опрос (основной количественный метод) и фокус-группа (основной метод качественного

[1] Недавно компания Wimm-Bill-Dann была поглощена компанией Pepsi, хотя ее классические бренды до сих пор представлены на рынке в широком ассортименте.

анализа). В конце десятилетия начали применяться и более сложные технологии [Лебедев-Любимов, 2007; 2008]. Одна из психологических методик оценки доверия рекламе была разработана Психологическим агентством рекламных исследований (ПАРИ) по заказу компании Yanssen Cilag (корпорация Johnson & Johnson) в рамках проведения рекламной кампании шампуня от перхоти Nizoral.

С точки зрения экспертов, Nizoral-шампунь, представленный в большом объеме на рынке косметических товаров, имел ряд характеристик, которые воспринимались потребителями как позитивно, так и негативно (см. табл. 1).

Таблица 1

Товарные характеристики рекламируемого бренда Nizoral по оценкам потребителей

Позитивные характеристики	Негативные характеристики
Nizoral — лекарство, а значит, более эффективен, чем любые другие шампуни, не являющиеся лекарствами	В соответствии с рекламой Nizoral продается только в аптеках и не продается в обычных магазинах
Nizoral лечит, то есть убивает грибок, вызывающий перхоть. Обычные шампуни этим эффектом не обладают	В соответствии с рекламой Nizoral, как и другие препараты, обладает временным эффектом
Шампунь Nizoral производит очень известная фирма, продукция которой характеризуется высоким качеством и пользуется повышенным спросом	Nizoral стоит дороже, чем другие аналогичные препараты

Очевидно, что наличие негативных характеристик может ослабить психологическое воздействие рекламы, а позитивных — усилить. Одним из приемов усиления психологического эффекта традиционно считается преобразование негативной информации в позитивную, а также многократное подчеркивание позитивных свойств товара по отношению к негативным свойствам товаров конкурентов.

Анализ мнений опрошенных покупателей показал, что конкурентами шампуня Nizoral на российском (московском) рынке в конце 1990-х годов были шампуни от перхоти Head & Shoulders, Pantene Pro-V, Nivea и Schauma. Мощной рекламой был представлен только шампунь Head & Shoulders, который не являлся лекарственным препаратом, продавался в обычных магазинах и стоил в несколько раз дешевле Nizoral-шампуня. Head & Shoulders выпускался в нескольких вариантах (для разного типа волос), широко рекламировался по телевидению с использованием пси-

хологических средств воздействия, в частности, с привлечением к рекламе известных в обществе личностей. В опросах именно Head & Shoulders респонденты часто называли наиболее известным шампунем от перхоти. Шампунь Nizoral занимал третье или четвертое место в рейтингах аналогичных средств.

Цель проведенного ПАРИ исследования состояла в том, чтобы сконструировать диагностическую методику для оценки доверия бренду, учитывая информационную составляющую рекламных материалов и прежде всего заказных публикаций в СМИ. Сегодня это исследование было бы отнесено к области маркетинговых коммуникаций, так как размещение рекламных материалов в прессе во всем мире традиционно относят к мероприятиям public relations или коммерческой пропаганде (publicity).

Для этого на первом этапе исследования группе респондентов было предложено по разработанной методике проанализировать серию публикаций в глянцевых журналах и оценить их информативность и достоверность. Методика предполагала оценку респондентами каждого отдельного предложения текста публикации по шкале от −3 до +3 баллов (шкала Ч. Осгуда). Коэффициенты информативности и доверия представляли собой процент баллов от максимально возможного их числа.

Основные принципы проведения вычислений заключались в следующем. Прежде всего рассматривалась ось оценок $-3N < 0 < +3N$ (где N — количество предложений или абзацев в рекламном тексте). Если каждому значению алгебраической суммы оценок S (по всем предложенным статьям) прибавлять по 3N, то это даст новую шкалу в диапазоне от 0 до 6N. То есть S+3N — это положительное число на новой оси, эквивалентное первоначальному значению. Диапазон от 0 до 6N принимаем за 100%. Теперь задача сводится к тому, чтобы определить, сколько процентов от 6N составляет число S+3N.

Оценивая каждое предложение, респонденты пользовались шкалой «интересная информация — неинтересная информация», а также «доверяю предложенной информации — не доверяю предложенной информации». Свое отношение к публикациям респонденты выразили в процессе обсуждений в фокус-группах. Это подтвердило и дополнило результаты, полученные в эксперименте. Полученные коэффициенты приведены в табл. 2 и 3.

Как следует из табл. 2 и 3, на первом месте по критериям информативности и достоверности текста находится публикация № 7 в газете «Московская правда» от 31.12.1997 г. под названием «Опять перхоть?». Это интервью с доктором медицинских наук, профессором Юрием Валентиновичем Сергеевым (вымышленный персонаж). Статья детально описывает причины такого заболевания, как перхоть, и способы его устранения. Данная статья (интервью) создает более четкое представление о лечебных свойствах шампуня Nizoral, чем все остальные публикации. Потребитель выше ценит мнение постороннего человека (специалиста, эксперта), чем тексты, которые пишут журналисты от первого лица. Как следует из таблиц, последние места по критериям информативности текста и доверия ему занимают следующие материалы: «Как однажды я не уволилась» (11 ранг), «Проверка на прочность чувств» (10 ранг), «Что принесет в пода-рок Дед Мороз?» (9 ранг) и «Как мой муж стал красавцем» (8 ранг по информативности и 7 ранг по достоверности).

Таблица 2

Таблица коэффициентов потребительских оценок информативности рекламных публикаций в прессе о шампуне Nizoral

№№ статьи	Название статьи	Ранг статьи	Суммарные значения	Средние значения
7	Опять перхоть?	1	260	86
5	Обидная проблема	2	220	73
8	Здоровые волосы — залог хорошего настроения	3	204	68
11	Почему наши предки носили парики, или Несколько слов о «белой напасти»	4	203	67,7
2	Весна: пора взяться за голову	5	202,5	67,5
9	Встречают по... волосам	6	195,5	65,2
3	Весна. Снимаем шляпу...	7	191	63,7
6	Как мой муж стал красавцем	8	160,5	53,5
10	Что принесет в подарок Дед Мороз?	9	157	52
4	Проверка на прочность чувств	10	154	51
1	Как однажды я не уволилась	11	140	46,7

Публикации с низким рейтингом существенно отличаются от остальных по содержанию и характеру изложения. Они начинаются с информирования читателя о жизненных ситуациях, которые якобы происходили на самом деле. Однако респонденты, оценивая каждое предложение статьи в отдельности, проявили очень низкий интерес к информации такого рода. Отсюда был сделан вывод, что приемы, которые использовали некоторые журналисты для привлечения внимания читателей, основанные на вымышленных, малоинформативных и малодостоверных описаниях, для рекламы Nizoral-шампуня оказались не эффективны.

Таблица 3

Таблица коэффициентов потребительских оценок доверия к рекламным публикациям в прессе о шампуне Nizoral

№№ статьи	Название статьи	Ранг статьи	Суммарные значения	Средние значения
7	Опять перхоть?	1	237,5	79,2
8	Здоровые волосы — залог хорошего настроения	2	217	72,3
9	Встречают по... волосам	3	210	70
5	Обидная проблема	4	208	69,3
3	Весна. Снимаем шляпу...	5	204	68
2	Весна: пора взяться за голову	6	193	64,3
6	Как мой муж стал красавцем	7	186	62
11	Почему наши предки носили парики, или Несколько слов о «белой напасти»	8	185,5	61,8
10	Что принесет в подарок Дед Мороз?	9	172	57,3
4	Проверка на прочность чувств	10	159	53
1	Как однажды я не уволилась	11	155	51,7

Так, например, в статье № 1 описывается ситуация, как ее автор «поссорилась с шефом» и после применения Nizoral-шампуня снова была принята на ту же работу с окладом вдвое больше. Это было воспринято респондентами как малоинтересная и абсолютно недостоверная информация, которая негативно влияет на воздействие аргументов о лечебных свойствах этого шампуня.

В статье № 4 рассказывалось о том, как некая приятельница автора познакомилась с молодым человеком, но вынуждена

была отложить встречу почти на месяц из-за того, что обнаружила у себя перхоть. Это также воспринималось респондентами как скучная и неинтересная информация, как история, которая вряд ли была на самом деле и поэтому вызывала недоверие.

В статье № 10 сначала говорилось о том, какие подарки и как дарит Дед Мороз на Новый год. Затем следует текст: «Кстати о средстве против перхоти. Чем не новогодний подарок, если учесть, что подобная проблема рано или поздно появляется у многих? Конечно, шампунь от перхоти только тогда будет хорошим подарком и запомнится надолго, если он действительно эффективен». Респонденты с недоверием и раздражением высказались о том, что шампунь против перхоти может выступить подарком от Деда Мороза на Новый год. То есть это был малоубедительный и абсолютно недостоверный текст. Негативное эмоциональное впечатление от данной статьи усиливалось нижеследующими высказываниями: «Обычные косметические шампуни легко убирают с волос белый налет, уменьшают воспаление, снижают зуд и повышают функцию сальных желез...» или «Этот шампунь обладает способностью накапливаться в волосах и верхних слоях кожи...». В контексте статьи о веселом радостном празднике Новый год подобная информация кажется неуместной и возникающее раздражение невольно переносится на полезную и достоверную информацию о Nizoral.

В статье № 6 рассказывалось о том, как автор пела в школьном хоре и «впервые увидела перхоть на плечах у своей соседки». Эта информация также оценивалась как неинтересная. При обсуждении респонденты отметили, что предложенные сведения в лучшем случае привлекают внимание, но не несут никакой существенной смысловой нагрузки.

В отличие от четырех последних статей, которые получили самые низкие оценки, и статьи № 7, которая получила самую высокую оценку, остальные публикации содержали полезную информацию о шампуне Nizoral и эмоциональные высказывания авторов, что воспринималось в целом положительно. Таким образом, были высказаны замечания и пожелания, а также сделаны следующие выводы.

Практически во всех публикациях при описании лечебных свойств шампуня Nizoral не указывались основные компоненты

его состава, что не способствовало возникновению доверия. Тем не менее психологически очень важно, не объясняя многочисленных специфических деталей, использовать некоторые специальные термины. Психологические исследования убеждают, что потребители испытывают больше доверия к рекламе, в которой используется специальная терминология. Прежде всего это относится к медицинским препаратам. В проанализированных выше статьях рассказывается о некоем веществе, способном уничтожать грибок, вызывающий перхоть. В инструкции к шампуню Nizoral говорилось о том, что это вещество называется кетоконазол (помимо других веществ). Респонденты считают, что использование данного термина в рекламных статьях может существенно повысить доверие к шампуню этой марки. В рекламе наиболее серьезного конкурента Nizoral, а именно Head & Shoulders, также иногда говорилось, что он содержит противомикробное вещество ZPT (пиритион цинка). Это выглядело очень убедительным рекламным аргументом для потребителей и повышало доверие, что было явно невыгодно компании Yanssen Cilag.

В проанализированных выше статьях, по мнению респондентов, излишне подробно рассказывалось о процедуре применения шампуня Nizoral («...два раза в неделю, в течение четырех недель...» и т.д.). Респонденты указали, что подобная информация, как правило, не запоминается, но создает иллюзию довольно сложной схемы применения шампуня. Эта процедура и так была подробно описана в инструкции. «Если человек купил шампунь Nizoral под воздействием убедительной рекламы, то он все сделает по инструкции, и это не будет для него проблемой», — утверждали потребители во время проведения фокус-группы. Описание причин образования перхоти, механизмов возникновения заболевания и борьбы с ним воспринималось позитивно, как полезная важная информация, необходимая потребителю для принятия решения о покупке товара. Именно эти абзацы в статьях получили наивысшие оценки по критериям «интересная» и «достоверная» информация.

По мнению респондентов, принимавших участие в экспериментах и групповых обсуждениях, очень важно в текстах рекламных статей подробнее рассказывать о многочисленных научно-медицинских исследованиях, которые были проведены в про-

цессе разработки состава шампуня Nizoral. Необходимо также специально подчеркивать, что состав шампуня Nizoral является серьезным научно-медицинским открытием и результатом применения сложных современных технологий.

Во время проведения исследования на российском рынке было представлено несколько шампуней от перхоти, большинство из которых продавалось по значительно более низким ценам, чем шампунь Nizoral. Это составляло серьезную конкуренцию. Поэтому заказчику было рекомендовано акцентировать внимание на том, что шампунь Nizoral — это лекарственный, а не косметический препарат (он продается только в аптеках и обладает бóльшим лечебным эффектом, чем остальные). Данный факт выступал в качестве аргумента для обоснования более высокой цены шампуня Nizoral (в аптеках Москвы он продавался по цене от 50 до 105 руб. по ценам 1998 г.). Тогда как Nivea, Shauma, Head & Shoulders выставлялись в магазинах по цене от 20 до 35 руб. В текстах проанализированных публикаций как психологически мощное средство рекламного воздействия практически не использовался механизм сравнения. Ни разу подробно не говорилось о том, что авторы статей или персонажи пользовались разными шампунями, но помог им только Nizoral. По Закону РФ «О рекламе» сравнения должны проводиться без ссылок на конкретные торговые марки конкурентов, но они очень эффективны. На это было указано заказчику. Сравнение в рекламе, как правило, усиливает доверие [Лебедев-Любимов, 2007].

В результате исследования был также сделан однозначный вывод о том, что наиболее позитивно воспринимаются статьи информационного характера с подробным описанием природы заболевания и механизмов его лечения с помощью шампуня Nizoral. Негативно воспринимаются статьи с надуманными, искусственно сконструированными сюжетами. Этот вывод подтверждает корреляция суммарных рейтингов публикаций по критериям «информативность» и «доверие» (см. табл. 2, 3). Коэффициент корреляции $r = 0{,}84$, что значимо при $p < 0{,}01$.

Заключение

Проблема доверия / недоверия к рекламе в структуре маркетинговых коммуникаций при ее детальном рассмотрении оказывается не только прикладной, но имеет серьезные основания для изучения в рамках фундаментальной науки. Поскольку реклама в структуре современных маркетинговых коммуникаций — это особый вид опосредованного воздействия рекламодателя на потребителя, то и результаты такого воздействия могут оказаться специфическими при необходимости объяснить их в контексте психических процессов, психических свойств и состояний человека. Это, в свою очередь, требует глубокого понимания механизмов доверия / недоверия как эмоционально-чувственного переживания на уровне фундаментального представления о психическом. С точки зрения авторов, детально изучавших социальные чувства (вину, гордость, стыд, доверие / недоверие и др.), последние возникают только у людей по отношению к другим людям (и в ряде случаев к домашним животным), но не к неживым (непсихическим) объектам.

Реклама — объект, за которым «спрятана» конкретная персона (личность рекламодателя, рекламиста, маркетолога). Однако чувства доверия / недоверия проявляются в полной мере. Это предполагает детальное изучение различных типов доверия / недоверия и основательное переосмысление и углубление существующих представлений о социальных чувствах, возникающих в рамках информационного социально-психологического пространства.

© Лебедев А.Н., Гордякова О.В., 2013

Глава 19. Социально-психологические факторы медиадоверия

Постановка проблемы

Современную жизнь невозможно представить без электронной коммуникации, упрощающей процесс взаимодействия между людьми. Электронные письма, программы мгновенных сообщений, чаты и социальные сети — все это позволяет организовать общение между респондентами разных городов и стран. Интернет и его возможности вызывают горячие споры среди его приверженцев и противников. Тем не менее число пользователей Всемирной паутины в России зимой 2010–2011 гг. составляло 50,3 млн человек при тенденции увеличения [Интернет в России.., 2010–2011].

Настоящее исследование посвящено медийной электронной коммуникации, то есть интернет-массмедиа. Интернет изменил существующее представление о традиционных СМИ: их элитарность нивелировалась, а коммуникация, включающая обратную связь, стала действительно реальной. Цель исследования — описать особенности медиадоверия к различным видам информации, передаваемой в процессе электронной массовой коммуникации (электронных массмедиа).

Состояние разработанности проблемы

Интернет-среда — это не только и не столько взаимосвязанные компьютеры и компьютерные сети, сколько взаимосвязанные и активно действующие в этой среде люди вместе с продуктами их активности — сообщениями, веб-страничками, записями (текстовыми, звуковыми, изобразительными, мультимодальными и др.), каталогами и архивами записей, навигационными маршрутами, компьютерными вирусами и т.п.

[Романов, 2005]. Интернет — система соединенных компьютерных систем мирового масштаба, объединяющая национальные, региональные и местные компьютерные сети, в которых происходит обмен информацией [СМИ в России, 2005].

Несмотря на популярность Интернета и преобразование с его помощью традиционных СМИ, понимание природы электронных массмедиа и выделение их типологии остается проблемой, решенной не в полной мере. Основой для выделения новых средств массовой информации в отдельную категорию служат такие оригинальные свойства интернет-массмедиа, как их мультимедийность (использование наряду с текстом звукового, видеоряда и других знаковых систем), гипертекстуальность (возможность просматривать текст вглубь благодаря внутренним и внешним ссылкам) и трансактность (или интерактивность — возможность для каждой стороны выступить в роли отправителя, получателя или передатчика информации; возможность быстрого реагирования не только отдельных лиц, но и достаточно больших масс людей) (М.М. Алексеева, Е.Л. Вартанова, Дж. Брайант, С. Томпсон).

К главным функциям новых средств массовой информации относится информирование аудитории. Проблема информации в той или иной степени затрагивалась множеством научных направлений: философией, кибернетикой, лингвистикой, психолингвистикой, социологией, педагогикой, биологией, информатикой и другими. Одно из наиболее известных определений информации дано «отцом кибернетики» Н. Винером: «Информация есть обозначение содержания, полученного из внешнего мира в процессе нашего приспособления к нему и приспособления к нему наших чувств... Подобно тому, как энтропия есть мера дезорганизации, информация есть мера организации» (цит. по: [Культура русской речи, 1999, с. 41]). Другое определение информации Винера, гласит: «Информация есть информация, а не материя и не энергия» [Винер, 1968, с. 201]. Из этого следует, что информация — не существующий реально объект, а умственная абстракция, то есть созданная человеческим разумом фикция [Соколов, 2002].

Понимание информации как «обозначение содержания, полученного из внешнего мира», являющегося при этом умственной

фикцией, позволяет найти общее с определениями значения в русле психосемантики, опирающейся на труды С.Л. Рубинштейна, А.Н. Леонтьева, Л.С. Выготского, А.Р. Лурии, Б.Ф. Ломова, Э.Б. Кондильяка и др. Значение — это обобщенная идеальная модель объекта в сознании субъекта, в которой фиксированы существенные свойства объекта, выделенные в совокупной общественной деятельности. Кодирование, категоризация исходного содержания в знаковой, символической форме ведут к обогащению его совокупным социальным опытом, к упорядочиванию исходного содержания, его организации в формах, выработанных общественной практикой [Петренко, 2005].

Изучая доверие к информации, необходимо рассмотреть принятое в науке понимание данного феномена. В отечественной и зарубежной науке накоплено достаточно исследований проблематики доверия. Доверие изучается как главная компонента психологической дистанции (А.Б. Купрейченко); доверие к миру, другим и себе как базовое доверие (Т.П. Скрипкина); доверие как социально-психологическое метаотношение (И.В. Антоненко); доверие как самостоятельный вид общения (В.С. Сафонов); ядерные и периферические составляющие представления клиентов о характеристиках организации, заслуживающей доверия (И.В. Изюмова); взаимосвязь доверия и недоверия с отношением к соблюдению нравственных норм делового поведения (С.П. Табхарова); доверие как ожидание, доверие как моральный капитал общества (Ф. Фукуяма); социальное и экономическое значения доверия, базовые ценности как фактор доверия (Б.З. Мильнер); личное и овеществленное доверие (Ф. Тённис) и другие проблемы.

В нашем исследовании мы понимаем доверие как психологическое отношение, которое может проявляться лишь в активности человека, где оно корректируется и осознается (И.В. Антоненко, А.Б. Купрейченко, Т.П. Скрипкина, С.П. Табхарова и др.). Таким образом, доверие включает традиционные компоненты психологического отношения: конативные, когнитивные и эмоциональные образования. Основаниями доверия, наиболее часто и обоснованно используемыми разными авторами, являются: вера в людей (Э. Эриксон, Дж. Б. Роттер и др.), предсказуемость (Дж. Рempел и Дж. Холмс, Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер,

П. Ринг и А. Ван де Вен и др.), надежность (Т.П. Скрипкина, Дж. Батлер, Дж. Ремпел и Дж. Холмс, Л. Хосмер и др.), единство (А.Л. Журавлев и В.А. Сумарокова, Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер, Л. Заккер и др.). Также выделяются заменители подлинного доверия: приязнь и расчет [Купрейченко, 2008].

Не претендуя на универсальное определение доверия, мы понимаем его как психологическое отношение, включающее интерес и уважение к объекту или партнеру; представление о потребностях, которые могут быть удовлетворены в результате взаимодействия с ним; эмоции от предвкушения их удовлетворения и позитивные эмоциональные оценки партнера; расслабленность и безусловную готовность проявлять по отношению к нему добрую волю, а также совершать определенные действия, способствующие успешному взаимодействию [Купрейченко, 2008, с. 59].

Концептуальная схема исследования

По нашим представлениям, медиадоверие в Интернете включает в качестве наиболее значимых составляющих доверие к информации, доверие к интернет-журналу и доверие к интернет-журналисту, взаимосвязанные друг с другом. Одной из основных функций массмедиа мы считаем передачу информации, при этом доверие к информации является необходимым фактором любой коммуникации. Однако доверие к информации не существует само по себе, а находится в определенной взаимосвязи с «ближайшим» доверием, то есть доверием к ее источнику (С.В. Пацынко, М.С. Дорохова). В нашем исследовании под источником мы понимаем интернет-журнал и интернет-журналиста.

Интернет-журнал и интернет-журналист изучаются нами в пространстве электронной массовой коммуникации. Электронную массовую коммуникацию мы определяем как распространение информации от отдельного интернет-источника (электронного массмедиа) к массовой анонимной и гетерогенной аудитории с помощью технических средств. При этом в электронной массовой коммуникации выделяются информационная, интерактивная и перцептивная стороны согласно теоретическим представлениям Г.М. Андреевой. Таким образом, информационная сторона электронной массовой коммуникации — это пере-

дача информации от интернет-журнала и прием информации аудиторией. Перцептивная сторона электронной массовой коммуникации — восприятие участниками коммуникации друг друга.

Восприятие участниками коммуникации друг друга происходит на основе внешней стороны поведения (С.Л. Рубинштейн). В электронной коммуникации эту сторону представляют: дизайн интернет-журнала, наличие / отсутствие рекламы, удобство / неудобство ссылок, «качество» (наличие / отсутствие орфографических, стилистических ошибок; четкие / нечеткие фотографии, видеоролики) и содержание размещаемой информации (социально приемлемое / социально неприемлемое), характер обращения к аудитории (уважительное / неуважительное); содержание статей конкретного журналиста, обращение конкретного журналиста к своей аудитории, отдельному пользователю / отдельным пользователям; комментарии отдельного пользователя после статьи, ответные комментарии другому пользователю / пользователям, сетевое имя (логин) и «аватар» (фото / картинка для самопрезентации), выбранные пользователем, ведение пользователем форума в рамках интернет-журнала, оформленный пользователем блог и т.д.

Интерактивная сторона электронной массовой коммуникации — это размещение новых заметок, статей, создание блогов, форумов на сайте интернет-журнала (загрузка фотографий, видеороликов, песен, разработка дизайна, размещение ссылок на другие ресурсы), что предполагает ответную активную деятельность пользователей данного электронного массмедиа (участие в форумах, создание комментариев, размещение ссылок).

При разработке авторского определения информации мы руководствовались принципами классической теории информации и теории психосемантики, рассмотренными выше. Таким образом, под *информацией* мы понимаем такую организацию значений, которая осведомляет субъекта о чем-то новом или малоизвестном и упорядочивает его сознание (в случае включения данной информации в сознание субъекта) как сложную систему, способную к развитию и саморазвитию.

Для большей строгости анализа мы разделяем информацию на четыре вида: 1) деловая — практически полезная (ДППИ), напрямую связанная с повседневными делами, работой реципиента, и которую можно непосредственно использовать

в повседневных делах, работе; 2) деловая — практически бесполезная (ДПБИ), напрямую связанная с повседневными делами, работой реципиента, но которую нельзя непосредственно использовать в повседневных делах, работе; 3) развлекательная — практически полезная (РППИ) — с ее помощью реципиент может развлечься, отвлечься от своих повседневных проблем и забот, а также может непосредственно использовать в повседневных делах, работе; 4) развлекательная — практически бесполезная (РПБИ) — с ее помощью реципиент может развлечься, отвлечься от своих повседневных проблем и забот, однако не может непосредственно использовать в повседневных делах, работе. Выделение указанных видов информации позволило нам сфокусироваться на психологических аспектах информации — практическая ориентированность (возможность / невозможность использовать в повседневных делах) и связь информации с работой и досугом.

Электронными массмедиа (интернет-журналами) мы называем сайты, ключевая характеристика которых — предоставление информации с заданной периодичностью и оказание воздействия на аудиторию. Таким образом, можно выделить специализированные по различным тематикам профессиональные интернет-журналы и информационные сайты, электронные дневники (блоги) и аккаунты в социальных сетях (то есть непрофессиональные медийные продукты, наполнением которых занимаются рядовые пользователи).

Достаточно сложной задачей является объяснение понятия «интернет-журналист». В случае профессионального зарегистрированного электронного массмедиа данный вопрос разрешается просто: интернет-журналист — это человек, работающий в интернет-журнале и профессионально занимающийся журналистикой. В проведенном исследовании мы опирались именно на это определение, воспользовавшись Законом РФ «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. № 2124-1.

Рассматривая непрофессиональные медийные продукты, мы также ориентировались на прописанное в российском законодательстве определение журналиста. Ведение пользователями аккаунтов или блогов в социальных сетях, имеющих свою заинтересованную аудиторию, также требует сбора, создания и редакти-

рования информации. Однако в данном случае пользователь — он же интернет-журналист — не закрепляет свои отношения с журналом договором. Таким образом, интернет-журналист в нашем понимании — это человек, который подготавливает информацию либо для профессионального, либо непрофессионального интернет-журнала.

Ключевым понятием настоящей публикации является *медиадоверие* — доверие, возникающее в процессе медийной массовой коммуникации с использованием материальных, в том числе электронных, носителей и средств. В нашем исследовании мы рассматриваем *доверие к электронным журналам* как частный случай медиадоверия. Доверие к электронным журналам, по нашим представлениям, интегрирует три основных элемента: доверие к информации, доверие к интернет-журналу и доверие к интернет-журналисту.

Доверие к интернет-журналу и доверие к интернет-журналисту — это психологическое отношение, включающее интерес и уважение к интернет-журналу и интернет-журналисту, представление о потребностях, которые могут быть удовлетворены в результате взаимодействия с ними, эмоции от предвкушения их удовлетворения и позитивные эмоциональные оценки интернет-журнала и интернет-журналиста, что сопровождается готовностью и в дальнейшем использовать данный интернет-журнал и «взаимодействовать» с данным интернет-журналистом. В доверии к интернет-журналу и интернет-журналисту мы выделяем такие компоненты, как надежность, единство, предсказуемость, приязнь и расчет.

Доверие к информации мы понимаем как психологическое отношение, включающее интерес к информации, представление о потребностях, которые могут быть удовлетворены в результате использования данной информации, эмоции от предвкушения их удовлетворения, что сопровождается ее положительными эмоциональными оценками и готовностью использовать данную информацию в своей деятельности. В доверии к информации наиболее значимым, по нашим представлениям, является основание Надежность, так как остальные основания (Предсказуемость и Единство) нивелируются самой природой информации. Предсказуемость информации исключается таким необходимым

свойством информации, как ее новизна. Информация, а иногда и форма ее воплощения должна нести в себе что-то новое для субъекта, ее получающего. Единство, предполагающее наличие чего-то общего с объектом доверия, заменяется таким важным свойством информации, как одинаковое понимание информации коммуникатором и реципиентом. Для успешной коммуникации необходимо знание коммуникатором и реципиентом формы воплощения информации. Данная форма воплощения должна быть психологически близка им обоим, а значения, входящие в эту информацию, должны иметь схожие личностные смыслы у коммуникатора и реципиента, иначе она не будет верно воспринята и понята последним. Таким образом, основание Единство не нуждается в специальном выделении в структуре феномена доверия к информации. Доверие к информации означает в первую очередь осознанное априорное наделение ее свойством надежности, которое сопровождается положительными эмоциональными оценками информации и готовностью использовать ее в своей деятельности.

Эмпирическое исследование строилось с помощью концептуальной схемы, одним из элементов которой является медиадоверие. На наш взгляд, представляется важным кратко описать всю схему, показав место медиадоверия среди других элементов. Доверие к информации, доверие к интернет-журналу и доверие к интернет-журналисту также взаимосвязаны с другими частными социально-психологическими факторами. К данной группе мы относим предпочтение определенного интернет-массмедиа, регулярность и время пользования данным интернет-массмедиа, доверие к Интернету в целом, а также навыки работы в Интернете, скорость приема-передачи данных, форма подачи данных и технические особенности браузера.

Кроме частных мы выделяем общие социально-психологические факторы — относительно устойчивые образования личности, опосредованно связанные с ситуацией электронной массовой коммуникации. К общим факторам, взаимосвязанным с частными, мы относим: базовое доверие (доверие к миру, к другому и к себе), базовые социальные ценности и антиценности, коммуникативные особенности, особенности мышления, особенности эмоциональной сферы, поведенческие особенности,

особенности волевой регуляции, модальность информации, нравственное самоопределение по отношению к явлениям (оценка Интернета). Значимыми являются также социально-демографические факторы: пол, возраст, образование, семейное положение, занимаемая должность, материальное положение, место жительства.

Каждый из элементов нашей концептуальной схемы имеет свою функцию и значимость, определяемую изучаемой ситуацией — ситуацией массовой коммуникации с помощью интернет-журнала. В качестве основных анализируемых показателей мы выделяем доверие к информации, доверие к интернет-журналу, доверие к интернет-журналисту и базовое доверие. Графическое изображение основных элементов концептуальной схемы взаимосвязи базового доверия и медиадоверия представлено на рис. 1.

Рис. 1. Взаимосвязь базового доверия
(к миру, другим людям и себе) и медиадоверия

Результаты эмпирического исследования медиадоверия

Для изучения частного случая медиадоверия — доверия к электронным журналам нами были разработаны опросники «Доверие к информации» и «Взаимосвязь доверия к информации с доверием к журналу / журналисту». Опросник для измерения доверия к информации содержал шкалу, включающую следующие свойства информации: объективность (информация не зависит от мнения кого-либо), достоверность (информация отражает истинное положение дел), полнота (информации достаточно для понимания и принятия решения), точность (информация максимально близка к реальному состоянию объекта, процесса, явления), актуальность (информация важна для настоящего времени, «злободневна»). Данные свойства, по нашим представлениям, формируют основание Надежность доверия к информации.

Опросник «Взаимосвязь доверия к информации с доверием к журналу / журналисту» содержал шкалы, включающие следующие основания доверия к журналу и доверия к журналисту: Надежность, Единство, Предсказуемость, Приязнь и Расчет. Данные шкалы разрабатывались как аналог методики А.Б. Купрейченко «Оценка доверия / недоверия личности другим людям» [Купрейченко, 2008]. Авторские методики разрабатывались с помощью анализа специальной литературы, результатов предварительного исследования (проведено в 2008–2009 гг., общий объем выборки 116 человек) и экспертной оценки коллег-психологов из различных вузов (ИП РАН, РЭУ им. Г.В. Плеханова, МГППУ). Надежность авторских методик «Доверие к информации» и «Взаимосвязь доверия к информации с доверием к журналу / журналисту» проверялась с помощью следующих статистических анализов: расчет коэффициента α Кронбаха (α Кронбаха в пределах 0,90–0,96), факторный анализ, корреляционный анализ. Также ответы респондентов проверялись на выполнение закона нормального распределения.

В основном исследовании, проведенном в феврале-апреле 2010 г., участвовали 190 респондентов (57% — девушки, 43% — юноши); возраст — преимущественно от 19 до 21 года. Респонденты делились на четыре группы: пользующиеся специализированными по различным тематикам интернет-журналами — 28,42% выборки; читающие новости, статьи на информационных сайтах,

в электронных дневниках (блогах), социальных сетях — 20,00% выборки; пользующиеся интернет-журналами без указания их специфики — 12,63% выборки; не пользующиеся интернет-журналами (контрольная группа) — 38,95% выборки. Подробное описание выборки основного исследования представлено в табл. 1.

Выделенные нами социально-демографические характеристики позволяют создать более полное представление о пользователях электронных массмедиа, а также реализовать психосоциальный подход к изучению доверия в электронной массовой коммуникации, реализованный А.Б. Купрейченко в ее исследованиях доверия и недоверия.

Таблица 1

Социально-демографические характеристики выборки основного исследования (% опрошенных)

Группы	**Пользуются специализированными по различным тематикам интернет-журналами**	**Читают новости, статьи на информационных сайтах, в электронных дневниках (блогах), социальных сетях**	**Пользуются интернет-журналами, но не могут указать их специфику**	**Не пользуются интернет-журналами (контрольная группа)**
Пол				
Мужчины	46,30	42,10	41,67	44,59
Женщины	53,70	57,89	58,33	55,40
Возраст				
18–22 лет	5,56	5,26	75,00	8,11
23–30 лет	5,56	5,26	4,17	8,11
31–40 лет	7,41	5,26	4,17	2,70
41–50 лет	3,70	5,26	4,14	2,70
Образование				
Неполное высшее	83,33	73,68	75,00	70,27
Высшее	16,67	26,32	25,00	29,73
Семейное положение				
Холост / не замужем	88,89	76,32	70,83	67,57
Женат / замужем	11,11	23,68	29,17	32,43

Окончание табл. 1

Материальное положение — средний доход в месяц				
Не указали	5,55	0	0	4,05
3–10 тыс. руб.	5,55	0	0	4,05
11–25 тыс. руб.	7,41	13,16	12,50	20,27
26–40 тыс. руб.	9,26	13,16	0	9,46
41–55 тыс. руб.	0	10,53	0	9,46
56–75 тыс. руб.	0	0	0	1,35
76 тыс. руб. и выше	11,11	0	0	6,76
Регулярность пользования интернет-журналом				
Не пользуются	0	0	0	0
1–2 раза в неделю	42,59	34,21	50,00	0
2–4 раза в неделю	37,00	10,53	16,67	0
Ежедневно	37,04	55,26	33,33	0
Время пользования интернет-журналом				
Не пользуются	0	0	0	0
Примерно 10–15 мин.	46,30	34,21	54,17	0
Примерно 40–60 мин.	37,03	52,63	8,33	0

Свойства информации, наиболее значимые для доверия к ней. В результате дескриптивного анализа мы выяснили, что наибольшие оценки значимости для доверия получили свойства информации в случае деловой — практически полезной информации. Наименьшие оценки значимости для доверия выявлены в случае развлекательной — практически бесполезной информации. Оценки значимости свойств информации для доверия в случае деловой — практически бесполезной и развлекательной — практически полезной информации примерно одинаковы. Показатели свойств информации для доверия к ней представлены в табл. 2.

Таким образом, значимость свойств информации для доверия к ней определяется полезностью и практической направленностью данной информации. Распределение (иерархия) свойств информации по величине их значимости для доверия, вероятно, зависит не только от вида информации, но и от вида

предпочитаемого интернет-журнала. Однако более подробный и глубокий анализ данного феномена не является целью настоящей публикации.

Таблица 2

Значимость свойств информации для доверия к ней
(полужирным шрифтом выделены наибольшие значения по 7-балльной шкале, курсивом — наименьшие)

Свойства информации	ДППИ, среднее	ДПБИ, среднее	РППИ, среднее	РПБИ, среднее	Значимые различия
Объективность	5,42	**4,26**	*4,39*	3,30	Между ДППИ и ДПБИ, РППИ, РПБИ; p = 0,00. Между ДПБИ и РПБИ; p < 0,001 Между РППИ и РПБИ; p < 0,001
Достоверность	**5,56**	4,19	4,52	**3,36**	Между ДППИ и ДПБИ, РППИ, РПБИ; p = 0,00 Между ДПБИ и РПБИ; p < 0,001 Между РППИ и РПБИ; p < 0,001
Полнота	*5,21*	*3,93*	**4,55**	3,22	Между ДППИ и ДПБИ, РППИ, РПБИ; p < 0,001 Между ДПБИ и РППИ, РПБИ; p < 0,001 Между РППИ и РПБИ p < 0,001
Точность	5,26	4,14	4,45	3,25	Между ДППИ и ДПБИ, РППИ, РПБИ; p < 0,001 Между ДПБИ и РПБИ p < 0,001 Между РППИ и РПБИ; p < 0,001
Актуальность	5,42	4,02	*4,39*	*3,15*	Между ДППИ и ДПБИ, РППИ, РПБИ; p < 0,001 Между ДПБИ и РПБИ; p < 0,001 Между РППИ и РПБИ; p < 0,001

Взаимосвязь доверия к информации с доверием к интернет-журналу. Для понимания природы взаимосвязи между доверием к информации и доверием к интернет-журналу нами были проведены дескриптивный и корреляционный анализы на уровне значимости p < 0,05. В результате мы выявили следующее. Во-первых, все свойства информации, формирующие основание Надежность доверия к информации, получили значимые коэф-

фициенты корреляции со всеми основаниями доверия к интернет-журналу: Надежность, Единство, Предсказуемость, Приязнь и Расчет. Таким образом, у нас есть эмпирическое подтверждение выдвинутого нами предположения о взаимосвязи доверия к информации с доверием к источнику информации (конкретно к интернет-журналу).

Во-вторых, вид информации определяет распределение оснований доверия к интернет-журналу в зависимости от силы их значимости для доверия к информации. Для доверия к деловой — практически полезной и деловой — практически бесполезной информации наиболее важно основание Надежность для доверия интернет-журналу. Для доверия к развлекательной — практически полезной и развлекательной — практически бесполезной информации наиболее важно основание Приязнь для доверия интернет-журналисту. Основание Предсказуемость оказалось наименее важным для доверия к информации независимо от ее вида.

Таким образом, если информация связана с нашими повседневными делами и работой, то для нас очень важна надежность источника данной информации (интернет-журнала) как заслуживающего доверия. Такое свойство интернет-журнала, как его предсказуемость, возможно, противоречащее, по представлениям респондентов, самой деятельности массмедиа — предоставление последних новостей, менее всего важно для доверия к информации, предоставляемой данным интернет-журналом.

В-третьих, вид информации определяет характер взаимосвязи доверия к информации с доверием к интернет-журналу. Сильнее данная взаимосвязь в случае деловой — практически полезной информации и слабее в случае развлекательной — практически бесполезной информации. Сила взаимосвязи доверия к информации с доверием к интернет-журналу при деловой — практически бесполезной и развлекательной — практически полезной информации примерно одинакова. Результаты дескриптивного анализа значимости доверия к интернет-журналу для доверия к информации представлены в табл. 3.

Таблица 3

Значимость показателей доверия к интернет-журналу для доверия к информации (полужирным шрифтом выделены наибольшие значения по 7-балльной шкале, курсивом — наименьшие)

Показатели доверия к интернет-журналу	**ДППИ, среднее**	**ДПБИ, среднее**	**РППИ, среднее**	**РПБИ, среднее**	**Значимые различия**
Мне нравится этот журнал (Приязнь)	4,57	3,77	**4,49**	**3,60**	Между ДППИ и ДПБИ, РПБИ; $p < 0,001$ Между ДПБИ и РППИ, $p < 0,001$ Между РППИ и РПБИ; $p < 0,001$
Это мой любимый журнал (Приязнь)	4,26	3,63	**4,39**	3,44	Между ДППИ и ДПБИ, РПБИ; $p < 0,01$ Между ДПБИ и РППИ, $p < 0,001$ Между РППИ и РПБИ; $p < 0,001$
Этот журнал близок мне по мировосприятию (Единство)	4,16	3,73	4,09	3,32	Между ДППИ и РПБИ; $p < 0,001$ Между РППИ и РПБИ; $p < 0,001$
Этот журнал выражает близкие мне взгляды и ценности (Единство)	4,13	3,69	4,02	3,33	Между ДППИ и РПБИ; $p<0,001$ Между РППИ и РПБИ; $p < 0,001$
Журнал предоставляет надежную информацию (Надежность)	**4,76**	**4,00**	4,29	3,32	Между ДППИ и ДПБИ, РПБИ; $p < 0,001$ Между ДПБИ и РПБИ; $p < 0,001$ Между РППИ и РПБИ; $p < 0,001$
Журнал содержит важную и нужную мне информацию (Надежность)	**4,87**	**3,93**	4,33	3,11	Между ДППИ и ДПБИ, РППИ, РПБИ; $p < 0,03$ Между ДПБИ и РПБИ; $p < 0,001$ Между РППИ и РПБИ; $p < 0,001$
Этот журнал заботится о своей репутации (Расчет)	4,22	3,91	4,03	3,26	Между ДППИ и РПБИ; $p < 0,001$ Между ДПБИ и РПБИ; $p < 0,001$ Между РППИ и РПБИ; $p < 0,001$
Журнал стремится сохранить доверие читателей (Расчет)	4,44	3,82	4,12	**3,52**	Между ДППИ и ДПБИ, РПБИ; $p < 0,001$ Между РППИ и РПБИ; $p = 0,01$

Окончание табл. 3

Мне кажется, я могу предсказать позицию журнала по определенным вопросам (Предсказуемость)	*3,46*	*3,18*	*3,47*	*2,94*	Между ДППИ и РПБИ; p = 0,02 Между РППИ и РПБИ; p = 0,02
Этот журнал достаточно предсказуем (Предсказуемость)	3,16	3,00	3,21	2,87	—

Результаты корреляционного анализа, дополняющего дескриптивный, представлены в табл. 4.

Таблица 4

Корреляция между показателями доверия к информации и основаниями доверия к интернет-журналу

Показатели доверия к интернет-журналу	Объективность	Достоверность	Полнота	Точность	Актуальность
Показатели доверия к деловой, практически полезной информации					
Надежность	0,50	0,56	0,60	0,58	0,61
Приязнь	0,47	0,46	0,55	0,55	0,59
Расчет	0,44	0,44	0,47	0,51	0,55
Единство	0,40	0,44	0,46	0,47	0,46
Предсказуемость	0,32	0,33	0,49	0,38	0,41
Показатели доверия к деловой, практически бесполезной информации					
Надежность	0,47	0,58	0,47	0,52	0,48
Расчет	0,43	0,51	0,39	0,46	0,42
Единство	0,42	0,50	0,36	0,42	0,44
Приязнь	0,50	0,57	0,44	0,44	0,45
Предсказуемость	0,26	0,35	0,31	0,33	0,33
Показатели доверия к развлекательной, практически полезной информации					
Приязнь	0,40	0,56	0,58	0,60	0,50
Надежность	0,45	0,56	0,60	0,62	0,52
Расчет	0,44	0,50	0,50	0,52	0,45
Единство	0,42	0,55	0,60	0,62	0,51
Предсказуемость	0,34	0,33	0,38	0,42	0,36

Окончание табл. 4

Показатели доверия к развлекательной, практически бесполезной информации					
Приязнь	0,44	0,57	0,46	0,50	0,48
Расчет	0,37	0,46	0,43	0,46	0,41
Надежность	0,40	0,53	0,47	0,51	0,45
Единство	0,43	0,56	0,44	0,46	0,40
Предсказуемость	0,31	0,35	0,35	0,41	0,35

Примечание: По результатам данного анализа все коэффициенты корреляции оказались значимыми.

Взаимосвязь доверия к информации с доверием к интернет-журналисту. Для понимания природы взаимосвязи между доверием к информации и доверием к интернет-журналисту нами также были проведены дескриптивный и корреляционный анализы на уровне значимости $p < 0,05$. Результаты оказались следующими. Во-первых, свойства информации, формирующие основание Надежность доверия к информации, получили значимые коэффициенты корреляции со всеми компонентами доверия к интернет-журналисту. То есть наше предположение о взаимосвязи доверия к информации с доверием к источнику информации (конкретно к интернет-журналисту) также подтвердилось. Однако в целом сила взаимосвязи доверия к информации с доверием к интернет-журналисту слабее, чем сила взаимосвязи доверия к информации с доверием к интернет-журналу.

Во-вторых, основание Надежность доверия к интернет-журналисту наиболее важно для возникновения доверия к информации в случае деловой — практически полезной, деловой — практически бесполезной и развлекательной — практически полезной информации. Для возникновения доверия к развлекательной — практически бесполезной информации наиболее важно основание Приязнь доверия к интернет-журналисту. Наименее значимым для возникновения доверия ко всем видам информации является основание Предсказуемость в доверии к интернет-журналисту.

В-третьих, взаимосвязь доверия к информации с доверием к интернет-журналисту сильнее всего в случае деловой — практически полезной информации и слабее всего в случае раз-

влекательной — практически бесполезной информации. Сила взаимосвязи доверия к информации с доверием к интернет-журналисту для деловой — практически бесполезной и развлекательной — практически полезной информации примерно одинакова.

Результаты дескриптивного анализа значимости доверия к интернет-журналисту для доверия к информации представлены в табл. 5.

Таблица 5

Значимость показателей доверия к интернет-журналисту для доверия к информации (полужирным шрифтом выделены наибольшие значения по 7-балльной шкале, курсивом — наименьшие)

Показатели доверия к и интернет-журналисту	**ДППИ, среднее**	**ДПБИ, среднее**	**РППИ, среднее**	**РПБИ, среднее**	**Значимые различия**
Мне нравится этот журналист (Приязнь)	3,92	3,55	3,94	**3,56**	—
Это мой любимый журналист (Приязнь)	3,78	3,50	3,87	**3,40**	Между РППИ и РПБИ; $p = 0,04$
Этот журналист близок мне по мировосприятию (Единство)	3,77	3,58	3,85	3,39	—
Этот журналист выражает близкие мне взгляды и ценности (Единство)	3,93	3,71	3,86	3,25	Между ДППИ и РПБИ; $p < 0,001$ Между ДПБИ и РПБИ; $p = 0,04$
Журналист предоставляет надежную информацию (Надежность)	**4,61**	**3,76**	**3,99**	3,33	Между ДППИ и ДПБИ, РППИ, РПБИ; $p < 0,02$ Между РППИ и РПБИ; $p = 0,01$
Журналист предоставляет важную и нужную мне информацию (Надежность)	**4,49**	**3,84**	**4,05**	3,13	Между ДППИ и ДПБИ, РПБИ; $p < 0,01$ Между ДПБИ и РПБИ; $p < 0,001$ Между РППИ и РПБИ; $p < 0,001$
Этот журналист заботится о своей репутации (Расчет)	4,03	3,72	3,76	3,22	Между ДППИ и РПБИ; $p < 0,001$ Между ДПБИ и РПБИ; $p = 0,03$ Между РППИ и РПБИ; $p = 0,02$
Журналист стремится сохранить доверие читателей (Расчет)	4,11	3,74	3,91	3,28	Между ДППИ и РПБИ; $p < 0,001$ Между ДПБИ и РПБИ; $p = 0,03$ Между РППИ и РПБИ; $p < 0,001$

Окончание табл. 5

Мне кажется, я могу предсказать позицию журналиста по определенным вопросам (Предсказуемость)	*3,41*	*3,14*	*3,43*	*2,84*	Между ДППИ и РПБИ; p = 0,01 Между РППИ и РПБИ; p = 0,01
Этот журналист достаточно предсказуем (Предсказуемость)	*3,07*	*2,91*	*3,02*	*2,80*	—

Результаты корреляционного анализа доверия к информации и доверия к интернет-журналисту, дополняющего дескриптивный, представлены в табл. 6.

Таблица 6

Корреляция между показателями доверия к информации и компонентами доверия к интернет-журналисту

Показатели доверия к интернет-журналисту	**Объективность**	**Достоверность**	**Полнота**	**Точность**	**Актуальность**
Показатели доверия к деловой, практически полезной информации					
Надежность	0,49	0,51	0,52	0,53	0,53
Расчет	0,42	0,45	0,43	0,47	0,53
Единство	0,42	0,45	0,44	0,44	0,45
Приязнь	0,42	0,41	0,43	0,43	0,43
Предсказуемость	0,29	0,33	0,34	0,34	0,36
Показатели доверия к деловой, практически бесполезной информации					
Надежность	0,42	0,54	0,44	0,48	0,43
Приязнь	0,43	0,49	0,37	0,38	0,42
Единство	0,35	0,44	0,34	0,33	0,38
Расчет	0,39	0,47	0,36	0,44	0,40
Предсказуемость	0,26	0,33	0,31	0,33	0,33
Показатели доверия к развлекательной, практически полезной информации					
Надежность	0,42	0,53	0,54	0,62	0,49
Расчет	0,43	0,52	0,49	0,55	0,47
Единство	0,40	0,50	0,54	0,55	0,45
Приязнь	0,38	0,46	0,53	0,56	0,41
Предсказуемость	0,37	0,32	0,37	0,42	0,35

Окончание табл. 6

Показатели доверия к развлекательной, практически бесполезной информации					
Приязнь	0,30	0,45	0,34	0,41	0,34
Единство	0,39	0,55	0,41	0,45	0,40
Расчет	0,36	0,43	0,38	0,48	0,41
Надежность	0,38	0,38	0,40	0,52	0,40
Предсказуемость	0,38	0,33	0,36	0,35	0,36

Примечание: По результатам данного анализа все коэффициенты корреляции оказались значимыми.

В итоге можно сделать вывод об универсальной зависимости вида информации и силы взаимосвязи доверия к информации с медиадоверием. Взаимосвязь доверия к информации с доверием к интернет-журналисту сильнее всего в случае деловой — практически полезной информации и слабее всего в случае развлекательной — практически бесполезной информации. Такие же выводы были получены и при анализе взаимосвязи доверия к информации с доверием к интернет-журналу.

Интересным представляется объяснение различий специфики взаимосвязи доверия к информации с доверием к интернет-журналу и доверия к информации с доверием к интернет-журналисту. Для возникновения доверия к информации важнее доверие к интернет-журналу, чем доверие к интернет-журналисту. Надежность интернет-журнала и надежность интернет-журналиста значима для возникновения доверия к деловой — практически полезной и деловой — практически бесполезной информации, однако надежность интернет-журналиста значима и для возникновения доверия к развлекательной — практически полезной информации. То есть если журналист предоставляет информацию, в той или иной мере связанную с делами и возможностью использования ее на практике, то респонденты проявляют к нему больше требований, нежели к журналу.

Объяснение полученных различий, возможно, следующее. Интернет-журнал (профессиональный) отражается в сознании респондентов как «масштабная» организованная система, где журналист — всего лишь элемент данной системы. Соответственно, целая структура оказывается значимее, нежели человек, входящий в нее. Поэтому для доверия к информации важнее доверие

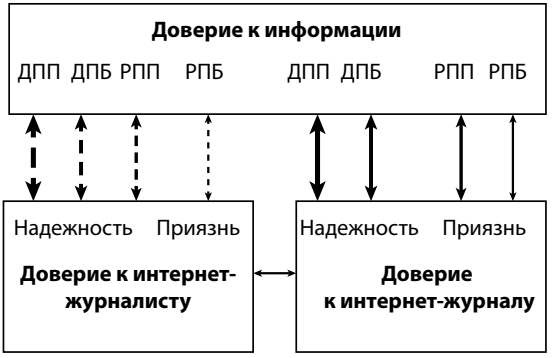
к журналу, а не доверие к журналисту. Исключением является ситуация, когда журналист — известное «медийное лицо». Однако это только одна из вариаций диады «журнал — журналист», так как в нашем исследовании мы изучали получение информации в электронной медийной коммуникации, а значит, рассматривали и ситуации «отдельного» существования интернет-журнала и интернет-журналиста. Возможны также и другие виды коммуникаций, например, непрофессиональный интернет-журнал (блог), который делает один человек. В таком случае также сохраняется выявленная нами закономерность важности доверия к интернет-журналу для доверия к информации, предоставляемой данным интернет-журналом. Система, да еще и профессиональная, противостоит одному человеку, делающему свой личный непрофессиональный интернет-журнал. Естественно, доверие к профессиональному интернет-журналу окажется важнее для возникновения доверия к информации, нежели доверие к непрофессиональному интернет-журналисту. Наиболее интересным является объяснение взаимосвязи доверия к информации с доверием к интернет-журналу и доверием к интернет-журналисту в случае непрофессионального массмедиа. По-видимому, в этом случае доверие к интернет-журналу и доверие к интернет-журналисту будут сливаться в нечто единое — доверие к источнику информации.

Графическое изображение основных различий во взаимосвязи доверия к информации с доверием к интернет-журналу и доверием к интернет-журналисту, полученных в нашем исследовании, представлено на рис. 2.

Ограничения и перспективы исследования. Считается, что каждая теория верна в пределах своей применимости. В концептуальном плане ограничениями настоящего исследования являются выбранные нами теория изучения доверия и теория информации в электронной массовой коммуникации. Мы осознаем существование и других направлений исследования указанных нами феноменов.

В методическом плане одним из основных ограничений проведенного исследования нам видится отсутствие четких условий, устанавливающих характер взаимоотношений интернет-журнала и интернет-журналиста. Основной вопрос нашего исследования — что необходимо для возникновения доверия к информа-

ции, передаваемой в процессе электронной массовой коммуникации? Ответ, ставший базой для разработки программы исследования, сводился к следующему — сама информация и доверие к ее источнику. В качестве источника мы выбрали интернет-журнал и интернет-журналиста. Ограничений на их взаимоотношения мы не вводили, полагая, что это даст нам больший спектр результатов. Однако именно указанная независимость изучаемых феноменов привела к сложности объяснения специфики взаимосвязи доверия к информации с доверием к интернет-журналу и доверием к интернет-журналисту. Необходимо рассмотреть все возможные варианты взаимоотношений журнала и журналиста, а также пользователя и массмедиа, то есть все виды медиадоверия. Важная роль в этих взаимоотношениях, возможно, принадлежит фактору предпочтения определенного массмедиа.



Обозначения:
ДПП — деловая, практически полезная информация;
ДПБ — деловая, практически бесполезная информация;
РПП — развлекательная, практически полезная информация;
РПБ — развлекательная, практически бесполезная информация;
Сплошные стрелки — более сильная взаимосвязь;
Сплошные стрелки, выделенные жирностью, — различия в силе взаимосвязи;
Пунктирные стрелки — более слабая взаимосвязь;
Пунктирные стрелки, выделенные жирностью, — различия в силе взаимосвязи.

Рис. 2. Взаимосвязь доверия к информации с доверием к интернет-журналу и интернет-журналисту

В качестве перспектив нашего исследования мы рассматриваем изучение взаимосвязи различных видов доверия как в элек-

тронной массовой коммуникации, так и других социальных областях. Кроме того, заслуживает внимания и изучение иерархии оснований доверия в различных видах взаимоотношений, взаимодействий и ситуаций.

Заключение

Медиадоверие — доверие, возникающее в процессе медийной массовой коммуникации с использованием материальных, в том числе электронных, носителей и средств. *Доверие к электронным журналам* выступает как частный случай медиадоверия, в котором интегрированы три основных элемента: доверие к информации, доверие к интернет-журналу и доверие к интернет-журналисту.

Анализ значимости отдельных свойств различных видов информации для доверия к ней показал, что эта значимость понижается с уменьшением полезности и практической ориентированности данной информации. Так, объективность, достоверность, полнота, точность и актуальность информации становятся особо важными в случае, если информация напрямую связана с повседневными делами респондентов и ее можно использовать в работе.

Взаимосвязь доверия к информации с доверием к интернет-журналу сильнее, чем взаимосвязь доверия к информации с доверием к интернет-журналисту. Таким образом, в системе массовой коммуникации для пользователя важнее само массмедиа, а не люди, в нем работающие. Исключение составляют известные «медийные лица».

Характер взаимосвязи доверия к информации с доверием к интернет-журналу и доверием к интернет-журналисту зависит от вида информации. Эта взаимосвязь наиболее сильная в случае деловой — практически полезной информации как для доверия к интернет-журналу, так и для доверия к интернет-журналисту. Наименьшая взаимосвязь имеет место в случае развлекательной — практически бесполезной информации как для доверия к интернет-журналу, так и для доверия к интернет-журналисту.

Для возникновения доверия к деловой — практически полезной и деловой — практически бесполезной информации наибо-

лее значима надежность интернет-журнала. Для возникновения доверия к развлекательной — практически полезной и развлекательной — практически бесполезной информации наиболее значима приязнь, вызываемая интернет-журналом. Доверие к деловой — практически полезной, деловой — практически бесполезной и развлекательной — практически полезной информации в первую очередь обусловливается надежностью интернет-журналиста. Доверие к развлекательной — практически бесполезной информации обусловливается в первую очередь приязнью, вызываемой интернет-журналистом.

© *Шляховая Е.В., 2013*

ЛИТЕРАТУРА

Абульханова-Славская К.А. Деятельность и психология личности. М.: Наука, 1980.

Азарова Е.С. Психологические эффекты добровольческой деятельности // Наука и образование: материалы VII Международной науч. конференции (14–15 марта 2008 г.): в 4 ч. Ч. 4 / Кемеровский государственный университет. Беловский институт (филиал). Белово, 2008. С. 15–18.

Азарова Е.С., Яницкий М.С. Психологические детерминанты добровольческой деятельности // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 306.

Акимова А.Ю. Доверие к технике в представлении машинистов локомотивов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 1. С. 376–382.

Алексеева А.Ю. Уверенность, обобщенное доверие и межличностное доверие: критерии различения// Социальная реальность. 2008. № 7. С. 85–98.

Андронова И.В. Гражданское общество: теоретико-методологические исследования// Вестник Оренбургского государственного университета. 2004. № 7. С. 9–13.

Анохин П.К. Узловые вопросы теории функциональных систем. М.: Наука, 1980.

Антоненко И.В. Социально-психологическое исследование феномена доверия в сфере деловых отношений. М.: ГУУ, 2003.

Антоненко И.В. Доверие: социально-психологический феномен. М.: Социум; ГУУ, 2004.

Антоненко И.В. Социально-психологическая концепция доверия. М.: Флинта; Наука, 2006.

Антоненко И.В. Социально-психологическая сущность доверия: от психического явления к функциональному органу // Вестник университета (ГУУ). Вып.: Социология и управление персоналом. 2008. № 10 (48). С. 19–22.

Антоненко И.В. Интегративный потенциал доверия: метаотношение и функции // Вестник университета (ГУУ). 2012. № 1. С. 104–108.

Балуцкий И.В. Особенности проявления доверия в статусных межличностных отношениях: автореф. дис. ... канд. психол. наук. Ростов н/Д, 2002.

Белянин А.В., Зинченко В.П. Доверие в экономике и общественной жизни. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2010.

Бенедикт XVI. Энциклика «О целостном человеческом развитии в любви и истине. Caritasinveritate» // Безопасность Евразии. 2011. № 2.

Блайд Д. Маркетинговые коммуникации. М.: Баланс Бизнес Букс, 2004.

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

Болтански Л., Кьяпелло Э. Новый дух капитализма / пер. с фр.; под ред. С. Фокина. М.: Новое литературное обозрение, 2011.

Большой психологический словарь / сост. и общ. ред. Б.Г. Мещеряков, В.П. Зинченко. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007.

Бурдье П. Практический смысл. М.; СПб.: Алетейя, «Институт экспериментальной социологии», 2001.

Веселов Ю.В. Проблема доверия // Экономика и социология доверия / под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004а. С. 5–15.

Веселов Ю.В. Социологическая теория доверия // Экономика и социология доверия / под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004б. С. 16–32.

Веселов Ю.В. Трансформация доверия в российском/советском обществе // Экономика и социология доверия / под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004в. С. 109–134.

Веселов Ю.В. Классики экономической социологии: Карл Поланьи // Социологические исследования. 1999. № 1. С. 111–115.

Веселов Ю.В. Доверие и справедливость: моральные основания современного экономического общества. М.: Аспект Пресс, 2011.

Винер Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и в машине: 2-е изд. М.: Наука; Главная редакция изданий для зарубежных стран, 1983.

Володин А.Г. Гражданское общество и модернизация в России. Истоки и современная проблематика // Полис. 2000. № 3. С. 104–116.

Выготский Л.С. Собр. соч.: в 6 т. М.: Педагогика, 1982–1984.

Геворкян А.В. Роль человека в современных социотехнических системах: дис. ... канд. филос. наук. М., 2006.

Гидденс Э. Девять тезисов о будущем социологии // THESIS: теория и история экономических и социальных институтов и систем. 1993. № 1. С. 57–82.

Гидденс Э. Последствия современности. М.: Праксис, 2011.

Говир Т. Недоверие как практическая проблема // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология. 1994. № 3. С. 94–98.

Голенкова З.Т. Гражданское общество в России // Социологические исследования. 1997. № 3. С. 25–36.

Головаха Е.И., Кроник А.А. Психологическое время личности. Киев: Наукова думка, 1984.

Голубь О.В. Доверие к себе как внутриличностное образование старших подростков: дис. ... канд. психол. наук. Ростов н/Д., 2004.

Гордеева Н.Д. Динамика психологической рефрактерности в двигательном акте // Вопросы психологии. 1981. № 2. С. 79–89.

Гордеева Н.Д. Экспериментальная психология исполнительного действия: учеб. пособие. М.: Тривола, 1995.

Гордеева Н.Д., Девишвили В.М., Зинченко В.П. Микроструктурный анализ исполнительной деятельности. М.: ВНИИТЭ, 1975.

Гордеева Н.Д. и др. Микродинамическая структура моторной стадии действия // Вопросы психологии / Н.Д. Гордеева, И.В. Евсевичева, В.П. Зинченко, А.В. Курганский. 1998. № 6. С. 86–99.

Гордеева Н.Д., Зинченко В.П. Функциональная структура действия: вопросы экспериментальной и инженерной психологии, эргономики. М.: Издательство Московского университета, 1982.

Готово ли российское общество к модернизации. Аналитический доклад ИС РАН. М.: Издательство Институт социологии РАН, 2010.

Градосельская Г.В. Сетевые измерения в социологии: учеб. пособие / под ред. Г.С. Батыгина. М.: Издательский дом «Новый учебник», 2004.

Гражданское общество в модернизирующейся России. [Электронный ресурс]: аналитический доклад Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» по итогам реализации проекта «Индекс гражданского общества — CIVICUS» / Л.И. Якобсон, И.В. Мерсиянова, О.Н. Кононыхина и др. М.: НИУ ВШЭ, 2011.

Гражданское общество, правовое государство и право («Круглый стол» журналов «Государство и право» и «Вопросы философии») // Вопросы философии. 2002. № 1. С. 3–51.

Гришин В.В. Рациональные и иррациональные аспекты социального доверия в ментальности россиян // <http://www.vciom.ru> (дата доступа: 10.03.2010).

Гудков Л.Д. Перерождение коммунистической номенклатуры // Россия на рубеже веков / ред. и сост. А. Зубов, В. Страда. М.: РОССПЭН, 2011.

Гудков Л.Д. Условия воспроизводства «советского человека» // Вестник общественного мнения. 2009. № 2 (100).

Гудков Л.Д., Дубин Б.В., Зоркая Н.А. Постсоветский человек и гражданское общество. М.: Московская школа политических исследований, 2008.

Данкин Д.М. Проблема политического доверия в международных отношениях: дис. ... докт. полит. наук. М., 2000.

Данкин Д.М. Недоверие и доверие в политике: российский дисбаланс: науч. доклад. НАВИГУТ: прилож. к журналу «Безопасность Евразии». М., 2008.

Данкин Д.М. Кризис и доверие: ключевое звено // Безопасность Европы. 2009*а*. № 1. С. 210–212.

Данкин Д.М. Высокие гуманитарные технологии: доверие в 3D пространстве // Новые технологии газовой, нефтяной промышленности, энергетики и связи: сб. трудов XIX Международного конгресса. М.: Академия технологических наук РФ, 2009б. С. 483–487.

Данкин Д.М. Доверие к Субъекту перемен // Мы — Народ: Народ — главный субъект развития, модернизации, управления Россией: коллективная монография / сост. В.Н Кузнецов. М.: Книга и бизнес, 2011. С. 50–69.

Данкин Д.М. Доверие как фактор стабильности // Научные записки ИМЭИ. 2012. Т. 2. № 1. С. 7–24.

Дарендорф Р. Мораль, институты и гражданское общество // Путь. 1993. № 3.

Делягин М.Г. Непубличный аспект кризиса демократии // Свободная мысль. 2011. № 7–8.

Дилигенский Г.Г. Что мы знаем о демократии и гражданском обществе? // Pro et contra. Carnegie Endowment for International Peace. М.: Contra (Гражданское общество), 1997. Т. 2. № 4.

Дискин И.Е. Модернизация России: сохранится ли после 2012 года? Уроки по ходу. М.: Европа, 2011.

Додонов Ю.С. Функциональная система действия. 2006 // <http://www.psychology-online.net/articles/doc-151.html>.

Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2011 г. // <http://www.oprf.ru>.

Документы XV Всемирного русского народного собора. Москва. 26 мая 2011 г.

Дондурей Д.Б. Почему модернизация зависит от культуры // Российская газета. 3 ноября 2010 г.

Дубин Б.В. Россия нулевых: политическая культура, историческая память, повседневная жизнь. М.: Издательство РОССПЭН, 2011.

Еремичева Г., Симпура Ю. Недоверие как социальная проблема современной России // Журнал социологии и социальной антропологии. 1999. Т. 2. № 4. С. 145–159.

Журавлев А.Л. Психология доверия и недоверия: теория, эмпирика и практика // Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. С. 9–21.

Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической деятельности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003.

Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Психологическое и социально-психологическое пространство личности и группы: понимание, виды и тенденции исследования // Психологический журнал. 2011. № 4.

Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Социально-психологическое пространство личности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.

Журавлев А.Л., Сумарокова В.А. Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные особенности // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / отв. ред. А.Л.Журавлев, Е.В.Шорохова. М.: ИП РАН, 1998. С. 258–272.

Журавлев А.Л., Позняков В.П. Социально-психологические трудности развития малого бизнеса в России // Психологический журнал. 1993. Т. 14. № 6.

Журавлев А.Л., Позняков В.П. Социально-психологические проблемы становления российского предпринимательства // Малое предпринимательство в контексте российских реформ и мирового опыта / под общ. ред. А.Ю. Чепуренко, А.В. Авиловой. М.: РНИСиНП, 1995а. С. 82–102.

Журавлев А.Л., Позняков В.П. Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. М.: Институт психологии РАН, 1995б.

Журавлев А.Л., Позняков В.П. Социальная психология российских предпринимателей: концепция психологических отношений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.

Журавлева Л.А. Связь общительности личности и доверия к людям: дис. ... канд. психол. наук. М., 2004.

Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / сост. и научн. ред. В.В. Радаев. М.: РОССПЭН, 2004.

Зимбардо Ф., Бойд Дж. Парадокс времени. Новая психология времени, которая улучшит Вашу жизнь. СПб.: Речь, 2010.

Зинченко В.П. Психология доверия // Вопросы философии. 1998. № 7. С. 76–93.

Зинченко В.П. Психология доверия. Самара: Самарский гос. пед. ун-т, 1998.

Зинченко В.П. Психология доверия. Самара: Изд-во СИОКПП, 2001.

Изард К.Э. Психология эмоций / пер. с англ. СПб.: Питер, 1999.

Изюмова И.В. Критерии доверия клиентов к организациям при субъективной оценке риска для здоровья: автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2009.

Инглхарт Р. Модернизация и демократия // Демократия и модернизация. К дискуссии о вызовах XXI века / ред. В.Л. Иноземцев. М.: Европа, 2010.

Инглхарт Р., Вельцель Кр. Модернизация, культурные изменения и демократия. Последовательность человеческого развития. М.: Новое издательство (Фонд «Либеральная миссия»), 2011.

Иноземцев В.Л. Энергия улыбок уходит в никуда // Московский комсомолец. 7 сентября 2011 г.

Интернет в России. Методика и основные результаты исследования // Аналитический бюллетень: Фонд «Общественное мнение». Вып. 32. Зима 2010–2011.

Калинин И.В., Ашлапова Е.В. К вопросу о проблематике психологии доверия в системе внутриорганизационных отношений // Рыночная психология в контексте русской ментальности (региональный аспект) / ред. Д.С. Точеный. Ульяновск: УлГУ, 2000. С. 181–191.

Камушкина Л.В. Об адаптационных возможностях населения в системе сетевого маркетинга // Социологические исследования. 2003. № 11. С. 142–145.

Канеман Д., Тверски А. Рациональный выбор, ценности и фреймы // Психологический журнал. 2003. Т. 24. № 4. С. 31–42.

Кара-Мурза С.Г. Управление развитием // Свободная мысль. 2010. № 12. С. 107–122.

Карицкий И.Н. Понятие субъекта и объекта в философии и психологии // Методология и история психологии. 2010. Т. 5. Вып. 1. С. 69–101.

Кафка Дж. Множественная реальность в клинической практике: психиатрия и психоанализ. М.: Thomas Books, 2004.

Кертман Г. Межличностное доверие в России // Социальная реальность. 2006. № 4. С. 7–24.

Клеман К. Возникают инициативные группы людей, которые пытаются самоорганизоваться // Горбачевские чтения. Вып. 5: Гражданское общество: настоящее и будущее. 1937–2007: память и ответственность / Международный фонд социально-экономических и политологических исследований (Горбачев-Фонд). М.: Горбачев-Фонд, 2007.

Коваль Т.Б. Влияние православной традиции на социально-экономическую модернизацию // Модернизация России как условие ее успешного развития в XXI веке. М.: РОССПЭН, 2010. С. 75–79.

Козырева П.М. Межличностное доверие в контексте формирования социального капитала // Социологические исследования. 2009. № 1. С. 43–54.

Козырева П.М., Смирнов А.И. Доверие и его роль в консолидации российского общества // Социальные факторы консолидации российского общества: социологическое измерение. М.: Новый хронограф, 2010.

Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации. Одобрена распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 июля 2009 г. № 1054-р.

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

Корнаи Я. Честность и доверие в переходной экономике // Вопросы экономики. 2003. № 9. С. 4–17.

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

Коулман Дж.С. Экономическая социология с точки зрения теории рационального выбора // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / сост. и науч. ред. В.В. Радаев. М.: РОССПЭН, 2004.

Кравченко И.И. Концепция гражданского общества в философском развитии // Полис. 1991. № 5. С. 128–138.

Кудринская Л.А. Добровольческий труд: сущность, функции, специфика // Социологические исследования. 2006. № 5.

Кузнецов В.Н. Идеология развития России. М.: Книга и бизнес, 2010.

Кузнецов В.Н. Партнерство. М.: Книга и бизнес, 2011.

Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу / под ред. Л. Харрисона, С. Хантингтона. М.: Изд-во Московской школы политических исследований, 2002.

Культура русской речи: учебник для вузов / под ред. Л.К. Граудиной, Е.Н. Ширяева. М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА, 1999.

Купрейченко А.Б. Психологические феномены доверия и недоверия — общие и дифференцирующие признаки // Мотивация в психологии управления: материалы Всероссийской научно-практической конференции / отв. ред. А.В. Капцов. Самара: СГА, 2006. С. 8–16.

Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.

Купрейченко А.Б. Нравственно-психологические факторы экономического самоопределения. Saarbruecken: Lambert Academic Publishing, 2011.

Купрейченко А.Б. Проблема доверия и недоверия на перекрестке наук // Ученые записки ИМЭИ. Проблема доверия в современной науке (тематич. вып.). 2012. № 1 (3). С. 4–5.

Купрейченко А.Б. Доверие и недоверие технике и социотехническим системам: постановка проблемы и обоснование подхода к исследованию // Ученые записки ИМЭИ. Т. 2. № 1. 2012а. С. 126–137.

Купрейченко А.Б. Качественный аспект социального доверия (существуют ли «хорошее» и «плохое» доверие?) // Человек в социальных и экономических отношениях: Материалы всероссийской науч. конференции / отв. ред. А.Б. Купрейченко, Л.Н. Широкова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012б. С. 316–321.

Купрейченко А.Б., Табхарова С.П. Критерии доверия и недоверия личности другим людям // Психологический журнал. 2007. Т. 28. № 2. С. 55–67.

Купрейченко А.Б., Воробьева А.Е. Нравственное самоопределение различных социально-демографических групп молодежи // Психологический журнал. 2011. № 1. С. 22–33.

Лапин Н.И. Социокультурные факторы российской стагнации и модернизации // Социс. 2011. № 9.

Лебедев А.Н. Психология маркетинговых коммуникаций в инновационной экономике // Экономическая психология: прошлое, настоящее, будущее: материалы международной научно-практической конференции 12–13 октября 2011 г. Саратов: СГСЭУ, 2011. С. 162–163.

Лебедев А.Н., Боковиков А.К. Отношение российских потребителей к конкуренции товаров отечественных и зарубежных фирм // Психологический журнал. 1996. Т. 17. № 1. С. 35–43.

Лебедев А.Н., Боковиков А.К. Экспериментальная психология в российской рекламе. М.: Академия, 1995.

Лебедев-Любимов А.Н. Психология в маркетинге: COOL-BRAND стратегия. СПб.: Питер, 2008.

Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. 2-е изд. СПб.: Питер, 2007.

Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Ценности культуры и развитие общества. М.: ИД ГУ ВШЭ, 2007.

Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Культура как фактор общественного прогресса. М.: ЗАО «Юстицинформ», 2009.

Легойда В.Р. Об искусстве невозможного // Известия. 28 сентября 2011 г.

Лекторский В.А. Эпистемология классическая и неклассическая. М.: Эдиториал УРСС, 2001.

Леонтьев А.Н. Избранные психологические произведения: в 2 т. М.: Педагогика, 1983.

Леонтьев А.Н. Лекции по общей психологии. М.: Смысл, 2011.

Ломов Б.Ф. Человек и техника. М.: Советское радио, 1966.

Луман Н. Теория общества: сб. / пер. с нем., англ.; вступ. статья, сост. и общая ред. А.Ф. Филиппова. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 1999.

Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. СПб.: Наука, 2007.

Лурия А.Р. Основы нейропсихологии. М.: МГУ, 1973.

Лылова О. Неформальная взаимопомощь в сельском сообществе // Социологические исследования. 2002. № 2. С. 83–88.

Магарил С.А. Что нам мешает усваивать уроки истории // Свободная мысль. 2011. № 7, 8.

Магун В.С., Руднев М.Г. Базовые ценности: сходства и различия между россиянами и другими европейцами: доклад на симпозиуме памяти С. Хантингтон: культура, культурные перемены и экономическое развитие. М., 2010.

Мамут Л.С. Гражданское общество и государство: проблема соотношения // Общественные науки и современность. 2002. № 5. С. 94–103.

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

Маслоу А.Г. Мотивация и личность. СПб.: Евразия, 2001.

Медведев Д.А. Выступление на Ярославском мировом политическом форуме 8 сентября 2011 // <http://www.Президент.рф>. 23.09.2011.

Медведев Д.А. Россия, вперед! // Взгляд. 10 сентября 2009 г.

Межуев В.М. Гражданское общество и современная Россия // Человек и культура в становлении гражданского общества в России. М.: ИФРАН, 2008.

Мерсиянова И.В. Социальная база российского гражданского общества // Общественные науки и современность. 2009. № 4. С. 35–45.

Мерсиянова И.В., Корнеева И.Е. Вовлеченность населения в неформальные практики гражданского общества и деятельность НКО: региональное измерение. М.: НИУ ВШЭ, 2011.

Мерсиянова И.В., Пахомова Е.И., Якимец В.Н. Роль доверия к госслужащим во взаимодействии гражданского общества и государства // XII Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 4 кн. Кн. 1. М.: ИД «Высшая школа экономики», 2012. С. 241–251.

Минина В.Н. Проблема недоверия в системе государственного управления современным российским обществом // Социология политики и управления: сб. статей / под ред. Л.Т. Волчковой. СПб.: Книжный дом, 2002. С. 87–97.

Минина В.Н. Недоверие к государственным институтам в российском обществе // Экономика и социология доверия / под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 150–167.

Мышляева Т.В. Доверие в современном обществе: подходы к анализу // Вестник Нижегородского ун-та им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2006. № 1. С. 301–307.

Мясищев В.Н. Психология отношений. М.: Изд-во «Институт практической психологии»; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1995.

Мясищев В.Н. Психология отношений / сост. В.А. Журавлев; вступ. ст. и ред. А.А. Бодалев. М.: МПСИ; Воронеж: МДЭК, 2011.

Найт Ф. Понятие риска и неопределенности // THESIS. 1994. Вып. 5.

Население России 2009: XVII ежегодный демографический доклад / отв. ред. А.Г. Вишневский. М.: ИД ВШЭ, 2011.

Неклесса А.И. Окна в будущее: модели борьбы и самоорганизации // Безопасность Евразии. 2010. № 2. С. 167–184.

Неклесса А.И. Генетика гражданского общества // Независимая газета. 6 апреля 2012 г.

Нестик Т.А. Использование внутренних и внешних социальных сетей в развитии менеджеров // U-Journal. Журнал Стокгольмской школы экономики. 2005. № 1 (7).

Нестик Т.А. Развитие культуры обмена знаниями через социальные сети // Методические и аналитические материалы комитета ТПП РФ по деловой этике. М.: ТПП РФ, 2006. С. 133–145.

Нестик Т.А. Социальный капитал организации: психологический анализ (сообщение первое) // Психологический журнал. 2009*а*. Т. 30. № 1. С. 52–63.

Нестик Т.А. Социальный капитал организации: социально-психологический анализ (сообщение второе) // Психологический журнал. 2009*б*. Т. 30. № 2. С. 29–42.

Нестик Т.А. Социальные сети // Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / под ред. Б.З. Мильнера. М.: ИНФРА-М, 2009*в*. С. 365–386.

Нестик Т. Недоверие помогает нам доверять друг другу // <http://www.planetahr.ru.2011/publication/492>.

Норт Д. Понимание процесса экономических изменений. М.: ИД ГУ ВШЭ, 2010.

Обретение будущего. Стратегия 2012. Конспект. Доклад ИНСОР. М.: Экон-информ, 2011.

Общественное мнение. Ежегодник Левада-Центра. М.: Аналитический центр Юрия Левады, 2010; 2011.

Опенкин Л.А. Из прошлого в будущее. Общественное устройство России в контексте отечественного исторического опыта // Свободная мысль. 2011. № 2. С. 71–86.

Пайпс Р. Россия в борьбе со своим прошлым // Россия на рубеже веков. М.: РОССПЭН, 2011.

Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии / пер. с англ. А.М. Захарова. М.: Издательская фирма «Ad Marginem», 1996.

Патрушев С.В. Результатом становления и критерием гражданского общества является гражданин // Горбачевские чтения. Вып. 5: Гражданское общество: настоящее и будущее. 1937–2007: память и ответственность / Международный фонд социально-экономических и политологических исследований (Горбачев-Фонд). М.: Горбачев-Фонд, 2007.

Петренко В.Ф. Основы психосемантики: 2-е изд. СПб.: Изд-во «Питер», 2005.

Петренко Е.С. Стиль жизни и историческая память россиян о событиях 1985–1999 гг. История современной России: проблемы документы, факты (1985–1999) / Материалы международной конференции 25 ноября 2010 г. ФСИ. МГУ, 2011. С. 285–293.

Петренко Е.С., Каплун В.В. Три поколения россиян: стиль жизни и включенность в СМИ / Наука телевидения: научный альманах. Вып. 8. М.: ГИТР, 2011. С. 191–204.

Петрова И.С., Чанхиева Ф.Ю. Этические основания кросскультурных коммуникаций в условиях глобализации // Экономический журнал. М.: РГГУ. 2011. № 2. <http://economicarggu.ru/2011_2/chanhieva.pdf>.

Позняков В.П. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2001.

Позняков В.П. Региональные и гендерные особенности доверия российских предпринимателей к различным видам организаций // Экономическая психология в России и Беларуси / под ред. А.Л. Журавлева, В.А. Поликарпова. Минск: Экономпресс, 2007. С. 274–297.

Позняков В.П. Программы и методики социально-психологического исследования российских предпринимателей. М.: Изд-во Московского гуманитарного ун-та, 2010.

Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени / пер. с англ.; под ред. С.Е. Федорова. СПб.: Издательство «Алетейя», 2002.

Политическая социализация российских граждан в период трансформации / под ред. Е.Б. Шестопал. М.: Новый хронограф, 2008. С. 92–157.

Поршнев Б.Ф. Элементы социальной психологии // Проблемы общественной психологии / под ред. В.Н. Колбановского, Б.Ф. Поршнева. М.: Мысль, 1965.

Поршнев Б.Ф. Контрсуггестия и история (Элементарное социально-психологическое явление и его трансформации в развитии человечества) // История и психология. М.: Мысль, 1972.

Потенциал и пути развития филантропии в России / под. ред. И.В. Мерсияновой, Л.И. Якобсона. М.: ГУ ВШЭ, 2010.

Прохоров М.Д. Граждане и гражданская платформа // РБК daily. 4 апреля 2012 г.

Психологические исследования духовно-нравственных проблем / отв. ред. А.Л. Журавлев, А.В. Юревич. М.: Институт психологии РАН, 2011.

Путин В.В. Система управления в России меняться будет эволюционно // Выступление на Международном дискуссионном клубе «Валдай», 11 ноября 2011 г. <http://www.ria.ru/ politics/20111111>.

Путин В.В. Выступления на заседаниях Госдумы РФ 23 ноября 2011 г. и 11 апреля 2012 г.

Путин В.В. Россия сосредотачивается — вызовы, на которые мы должны ответить // Известия. 16 января 2012 г.

Путин В.В. Строительство справедливости. Социальная политика для России // Комсомольская правда. 13 февраля 2012 г.

Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Общественные науки и современность. 2003. № 2. С. 5—16.

Роджерс К.Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека. М.: ИГ «Прогресс», 1998.

Романов И.В. Влияние интернет-среды на индивидуально-психологические качества пользователей научно-информационных сайтов: дис. ... канд. психол. наук. Иваново, 2005.

Ромашкин Г.С. Доверие в российском обществе: экономико-социологический анализ: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Тюмень: ТГУ, 2011.

Росс Л., Нисбетт Р. Человек и ситуация. Перспективы социальной психологии. М.: Аспект Пресс, 1999.

Россия реформирующаяся: Ежегодник-2010. М.: Новый хронограф, 2010.

Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии: в 2 т. М.: Педагогика, 1989.

Руководство по некоммерческим организациям в Системе национальных счетов: методологические исследования. Серия F. № 91 / Организация Объединенных Наций. Департамент по экономическим и социальным вопросам. Статистический отдел. Нью-Йорк, 2006.

Рутковский Б.А. Понятие доверия в марксистской этике: дис. ... канд. филос. наук. Киев, 1967.

Савинков Л.Л. Некоторые подходы к осмыслению понятия «гражданское общество» // Вестник Оренбургского государственного ун-та. Ч. 1. Гуманитарные науки. 2007. № 7. С. 101–105.

Саймон Г.А. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. 1993. Вып. 3.

Сасаки М. и др. Доверие как элемент социального капитала современной России // Социокультурные проблемы развития регионов России в условиях кризиса: материалы Тюменского социологического форума 15–16 октября 2009 г. / М. Сасаки, В.А. Давыденко, Ю.В. Латов, Г.С. Ромашкин; под ред. М.М. Акулич, Г.С. Корепанова, В.А. Юдашкина. Тюмень: Тюменская областная дума, Тюменский государственный ун-т, Тюменский государственный нефтегазовый ун-т, 2009. С. 55–65.

Сафонов В.С. Особенности доверительного общения: автореф. дис. ... канд. психол. наук. М.: ИП АН СССР, 1978.

Сафонов В.С. О психологии доверительного общения // Проблема общения в психологии / отв. ред. Б.Ф. Ломов. М., 1981. С. 264–272.

Селигмен А. Проблема доверия. М.: Идея-Пресс, 2002.

Селигмен Б. Фрэнк Найт и абстракционизм // Селигмен Б. Основные течения экономической мысли. М.: Прогресс, 1968. <http// www. gallery.economicus.ru>.

Семенов В.Е. Российская полиментальность и тенденции ее развития // Социальные и ментальные тенденции современного российского общества. СПб.: Издательство СПбГУ, 2005.

Сидоренков А.В. Закономерности доверия детей дошкольного возраста // Психологический вестник. Вып. 3. Ростов н/Д., 1998. С. 219–225.

Сикевич З.В., Крокинская О.К., Поссель Ю.А. Социальное бессознательное. СПб.: ИД «Питер», 2005.

Силуянова И.В., Яковлев В.В. Врач глазами пациента // Медицинский вестник. 2009. № 1–2.

Симонов П.В. Теория отражения и психофизиология эмоций. М.: Наука, 1970.

Симонов П.В. Высшая нервная деятельность человека. Мотивационно-эмоциональные аспекты. М.: Наука, 1975.

Ситников А.В. Религия и власть в меняющейся России // Свободная мысль. 2011. № 7, 8. С. 135–144.

Скрипкина Т.П. Психология доверия (теоретико-эмпирический анализ). Ростов н/Д: Издательство педагогического ун-та, 1997.

Скрипкина Т.П. Доверие как социально-психологическое явление: дис. ... докт. психол. наук. Ростов н/Д, 1998.

Скрипкина Т.П. Психология доверия: учеб. пособие. М.: Изд. центр «Академия», 2000.

Смелзер Н. Социология / пер. с англ. М.: Феникс, 1994.

СМИ в России: учеб. пособие для студентов вузов / М.М. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова и др.; под ред. Я.Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2005.

Созинова О.С. Инвестиции в медицинские услуги // Директор-инфо. 2005. № 21.

Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособие. СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 2002.

Солдатова Г.В., Нестик Т.А., Филилеева Е.В. Формирование социального капитала молодежи как фактор оздоровления российского общества // Материалы научно-практических мероприятий V Всероссийского форума «Здоровье нации — основа процветания России». Т. 4. Здоровье нации и образование. М.: НЦССХ, 2009. С. 112–154.

Солдатова Г.В., Нестик Т.А. Молодежь в сети: сила и слабость социального капитала // Образовательная политика. 2010. № 4 (42). С. 10–29.

Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства / отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999.

Спирякина Ю.Ю. Особенности рынка медицинских услуг // Советник бухгалтера в здравоохранении. 2005. № 3. С. 21–26.

Справится ли государство в одиночку? О роли НКО в решении социальных проблем: доклад к XII Международной науч. конференции по проблемам развития экономики и общества 5–7 апреля 2011 г. М.: ИД ВШЭ, 2011.

Средний класс в России (конференц-зал) // Знамя. 2001. № 2. <http://magazines.russ.ru/znamia/2001/2/class.html> (дата доступа: 04.06.2013).

Стернберг Р., Григоренко Е.Л. Учись думать творчески // Основные современные концепции творчества и одаренности / под ред. Д.Б. Богоявленской. М.: Молодая гвардия, 1997. С. 186–213.

Столяр В.Ю. Доверие как феномен социально-экономической реальности: дис. ... канд. филос. наук. Тверь, 2008.

Страна односторонней связи // Огонек. 6 декабря 2010 г.

Табхарова С.П. Взаимосвязь доверия и недоверия личности к другим людям с отношением к соблюдению нравственных норм делового поведения: дис. ... канд. психол. наук. М., 2008.

Тартаковская И.Н. Социальные сети и их влияние на поведение на рынке труда // Социологический журнал. 2004. № 1/2. С. 129–144.

Татарко А.Н. Социальный капитал и экономические представления русских и китайцев: различия и взаимосвязь // Психология. Журнал ВШЭ. 2010. Т. 7. № 1. С. 138–148.

Татарко А.Н. Социальный капитал и модели экономического поведения // Ценности культуры и модели экономического поведения. М.: Спутник +, 2011. С. 253–275.

Татарко А.Н. Социальный капитал как объект психологического исследования: монография. М.: МАКС Пресс, 2011.

Татарко А.Н., Лебедева Н.М. Социальный капитал: теория и психологические исследования: монография. М.: РУДН, 2009.

Татарко А.Н., Лебедева Н.М. Методы этнической и кросскультурной психологии. М.: ИД ВШЭ, 2011.

Тихомиров О.К., Корнилова Т.В. Принятие интеллектуальных решений в диалоге с компьютером. М.: МГУ, 1990.

Тихонова Н.Е. Социокультурная модернизация в России / Доклад на симпозиуме памяти С. Хантингтона: культура, культурные перемены и экономическое развитие. М., 2010.

Тощенко Ж.Т. Теоретические и прикладные проблемы исследования новых явлений в общественном сознании и социальной практике // Социс. 2010. № 10. С. 3–8.

Уколова Ю.С. Проблема доверия к другому в коммуникативной философии // Наука. Релігія. Суспільство. Донецк: ДНУ. 2010. № 4. С. 175–181.

Устинова Н.Г. Доверительное общение — основа психотерапии: дис. ... канд. психол. наук. М., 1997.

Ушаков Д.В. Социальный интеллект как вид интеллекта // Социальный интеллект: теория, измерение, исследования / под ред. Д.В. Люсина и Д.В. Ушакова. М.: ИП РАН, 2004. С. 11–28.

Факторы развития гражданского общества и механизмы его взаимодействия с государством / под. ред. Л.И. Якобсона. М.: ИД ГУ ВШЭ, 2008.

Филатов Н.Н. Особенности концептуального обоснования гражданского общества в современной России // Вестник Башкирского ун-та. 2007. Вып. 4. Т. 12. С. 120–135.

Филинкова Е.Б. Психология российского предпринимательства: учеб. пособие. М.: Ректор, 2007.

Фреик Н.В. Концепция доверия в исследованиях П. Штомпки // Социологические исследования. 2006. № 11. С. 10–18.

Фромм Э. Иметь или быть? М.: Прогресс, 1990.

Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М.: АСТ, Ермак, 2004.

Фукуяма Ф. Доверие. М.: Изд-во «Хранитель», 2006.

Хиллман Дж. Архетипическая психология / пер. с англ. М.: Когито-Центр, 2006.

Холодная М.А. Психология интеллекта: парадоксы исследования. 2-е изд., перераб. и доп. СПб.: Питер, 2002.

Хоманс Дж. Социальное поведение как обмен // Современная зарубежная социальная психология: тексты // под ред. Г.М. Андреевой, Н.Н. Богомоловой, Л.А. Петровской. М.: Изд-во Московского университета, 1984. С. 82–91.

Хорошилова Е.А. К исследованию отражения значимых других // Вопросы психологии познания людьми друг друга и самопознания. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 1977. С. 52–56.

Чураков А.Н. Анализ социальных сетей // Социологические исследования. 2001. № 1. С. 109–121.

Шадриков В.Д. Проблемы системогенеза профессиональной деятельности. М.: Наука, 1982.

Шеменев Г.И. Философия и технические науки. М.: Высшая школа, 1979.

Шихирев П.Н. Взаимное доверие как основа деловой этики // Доверие — ключ к успеху экономических реформ: материалы «Круглого стола». М.: Институт экономики РАН, 1998.

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

Шкаратан О.И. Социология неравенства. Теория и реальность. М.: ИД ВШЭ, 2012.

Шо Р.Б. Ключи к доверию в организации: результативность, порядочность, проявление заботы. М.: Дело, 2000.

Шрадер Х. Доверие, сети и социальный капитал // Экономика и социология доверия / под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 49–61.

Штейнберг И. Русское чудо: локальные и семейные сети взаимоподдержки и их трансформация // Неформальная экономика. Россия и мир / под ред. Т. Шанина. М.: Логос, 1999. С. 227–230.

Штомпка П. Социология социальных изменений. М.: Аспект Пресс, 1996.

Штомпка П. Доверие — основа общества / пер. с польск. Н.В. Морозовой. М.: Логос, 2012.

Шубин А.В. Гражданское общество возникает, когда люди начинают понимать границы своей несвободы // Горбачевские чтения. Вып. 5: Гражданское общество: настоящее и будущее. 1937–2007: память и ответственность / Международный фонд социально-экономических и политологических исследований (Горбачев-Фонд). М.: Горбачев-Фонд, 2007.

Шукюрова М.Г. Доверие как социально-психологический феномен в политике: дис. ... канд. психол. наук. М., 2005.

Экономика и социология доверия / под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2004.

Эльстер Ю. Объяснение социального поведения: еще раз об основах социальных наук. М.: ИД ГУ ВШЭ, 2011.

Эриксон Э. Детство и общество. М.: Изд. группа «Прогресс», 1996.

Эриксон Э.Г. Детство и общество. СПб.: Речь, 2000.

Эрроу К. Восприятие риска в психологии и экономической науке // THESIS. 1994. Вып. 5. С. 81–90.

Якимец В.Н. Индекс для оценки и мониторинга публичной политики // Публичное пространство, гражданское общество и власть: опыт взаимодействия. М.: РАПН; РОССПЭН, 2008. С. 107–121.

Янчев Я. Доверието като етическа категория. София, 1968.

Яременко В.Г. Институт доверия в координатах микроэкономической модели рационального выбора // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. 2009. Вып. 37–3. С. 11–16.

Ярославский мировой политический форум. Выступление И. Валлерстайна на секции «Стандарты демократии и многообразие демократического опыта». 2010.

Ajzen I. The Theory of Planned Behavior // Organizational Behavior and Human Decision Processes. 1991. Vol. 50. No. 2. P. 179–211.

Ajzen I., Cote G.N. Attitudes and the Prediction of Behavior // Attitudes and Attitude Change / ed. by W. D. Crano, R. Prislin. N.Y.: Psychology Press, 2008. P. 289–311.

Allen J.P., Kuperminc G., Philliber S., Herre K. Programmatic Prevention of Adolescent Behavior Problems: The Role of Autonomy, Relatedness, and Volunteer Service in Teen Outreach Programs // American Journal of Community Psychology. 1964. Vol. 22. No. 5. P. 617–638.

Allik J., Reallo A. Individualism-Collectivism and Social Capital // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2004. Vol. 35. No. 1. P. 29–49.

Almedom A.M. Social Capital and Mental Health: An Interdisciplinary Review of Primary Evidence // Social Science and Medicine. 2005. Vol. 61. No. 5. P. 943–964.

Anderson M.H. Social Networks and the Cognitive Motivation to Realize Network Opportunities: A Study of Managers' Information Gathering Behaviors // Journal of Organizational Behavior. 2008. Vol. 29. No. 1. P. 51–78.

Anheier H.K., Salamon L.M. Volunteering in Cross-National Perspective: Initial Comparisons // Law and Contemporary Problems. 1999. Vol. 62. No. 4. P. 43–65.

Arbuckle J. IBM SPSS Amos 19 user's Guide. Amos Development Corporation, 2010.

Autio E., Keeley R., Klofsten M., Ulfsted T. Entrepreneurial Intent among Students: Testing an Intent Model in Asia, Scandinavia, and USA // Frontiers of Entrepreneurial Research / ed. by D.L. Sexton, J.D. Rasarda. Wellesley (MA): Babson College Publications, 1997. P. 133–147.

Axelrod R. Trust and Anti-Trust // Ethics. 1986. Vol. 96. No. 2. P. 231–260.

Bachmann R., Zaheer A. (eds). Handbook of trust research. Cheltenham (UK); Northampton (USA): Edward Elgar Publishing, 2006.

Badelt C. Ehrenamtliche Arbeit im Nonprofit Sektor // Handbuch der Nonprofit Organisationen. Strukturen und Management / Hrsg. von C. Badelt. Stuttgart: Schдffer-Poeschel, 1999. S. 433–462.

Baier A. Trust and Antitrust // Ethics. 1986 Vol. 96. No. 2. P. 231–260.

Barber B. The Logics and Limits of Trust / New Brunswick (NJ): Rutgers University Press, 1983.

Barber B.R., Battistoni R. A Season of Service: Introducing Service Learning into the Liberal Arts Curriculum // PS: Political Science and Politics. 1993. Vol. 26. No. 2. P. 235–240.

Benabou R., Tirole J. Self-Confidence and Personal Motivation // Quarterly Journal of Economics. 2002. Vol. 117. No. 3. P. 871–915.

Beugelsdijk S. A Note on the Theory and Measurement of Trust in Explaining Differences in Economic Growth // Cambridge Journal of Economics. 2006. Vol. 30. Is. 3. P. 371–387.

Beyond the Magic Bullet: NGO Performance and Accountability in the Post-Cold War World / ed. by M. Edwards, D. Hulme. L.: Macmillan, 1995.

Bies R.J., Tripp T. Beyond Trust: «Getting even» and the Need for Revenge // Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research / ed. by R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks (CA): Sage, 1996. P. 246–260.

Bies R.J., Tripp T., Kramer R. At the Breaking Point: Cognitive & Social Dynamics of Revenge in Organizations // Antisocial Behavior in Organizations / ed. by J. Greenberg, R. Giacalone. Thousand Oaks (CA): Sage, 1997. P. 18–36.

Bonte W. Inter-Firm Trust in Buyer-Supplier Relations: Are Knowledge Spillovers and Geographical Proximity Relevant // Journal of Economic Behavior and Organization. Vol. 67. P. 855–870.

Bourdieu P. Le capital social: notes provisoires // Actes de Recherche dans les Sciences Sociales. 1980. Vol. 31. P. 2–3.

Brockner J., Seigel P.A. Understanding the Interaction between Procedural and Distributive Justice: The Role of Trust // Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research / ed. by R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks (CA): Sage, 1996. P. 390–413.

Brockner J., Siegel P.A., Daly J.P., Tyler T. When Trust Matters: The Moderating Effects of Outcome Favorability //Administrative Science Quarterly. 1997. Vol. 43. No. 3. P. 558–583.

Burke M.J., Brief A.P., George J.M., Robertson L., Webster J. Measuring Affect at Work; Confirmatory Analyses of Competing Mood

Structures with Conceptual Linkage to Cortical Regulatory Systems // Journal of Personality and Social Psychology. 1989. Vol. 57. P. 1091–1102.

Burt R.S. Structural Holes: The Social Structure of Competition. Cambridge (MA): Harvard University Press, 1992.

Butler J. Toward Understanding and Measuring Conditions of Trust: Evolution of a Condition of Trust Inventory // Journal of Management. 1991. Vol. 17. No. 3. P. 643–663.

Cacioppo J.T., Berntson G.G. Relationship between Attitudes and Evaluative Space: A Critical Review, with Emphasis on the Separability of Positive and Negative Substrates // Psychological Bulletin. 1994. Vol. 115. No. 3. P. 401–423.

Campbell D.E. Social Capital and Service Learning // PS: Political Science and Politics. 2000. Vol. 33. No. 3. P. 641–645.

Carrillo J., Mariotti T. Strategic Ignorance as a Self-Disciplining Device // Review of Economic Studies. 2000. Vol. 67. No. 3. P. 529–544.

Castelfranchi Cr., Falcone R. TrustTheory. A Socio-Cognittive and Computational Model / WileySeries. University of Liverpool, 2010.

Cohen D., Prusak L. In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work. Boston: Harvard Business School Press, 2001.

Coleman J.S. Foundations of Social Theory. Cambridge: Harvard University Press, 1994. P. 91–118.

Coleman J.S. Social Capital in the Creation of Human Capital // American Journal of Sociology. 1988. Vol. 94. P. 95–120.

Collins C.J., Hanges P.J., Locke E.A. The Relationship of Achievement Motivation to Entrepreneurial Behavior: A Meta-Analysis // Human Performance. 2004. Vol. 17. No. 1. P. 95–117.

Cook K.S., Kramer R.M., Thom D.H., Stepanikova I., Mollborn S.B., Cooper R.M. Trust and Distrust in Patient-Physician Relationships: Perceived Determinants of High- and Low-Trust Relationships in Managed-Care Settings // Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches / The Russell Sage Foundation. Series on Trust. 2004. Vol. 7. P. 99–126 / ed. by R.M. Kramer, K.S. Cook.

Cook M.L. Maximum Distrust: Unusual Stories of Injustice, Unbalanced Thinking, and Mob Psychology in America. Nova Science Pub Inc., 1998.

Coser L.A. The Functions of Social Conflict. N.Y.: Free Press, 1956.

Cross R., Parker A., Prusak L., Borgatti S.P. Knowing what We Know: Supporting Knowledge Creation and Sharing in Social Networks // Organizational Dynamics. 2001. Vol. 30. No. 2. P. 100–120.

Cutler S., Danigelis N. Organizational Contexts of Activity // Activity and Aging / ed. by J Kelly. Newbury Park (CA), 1993. P. 150.

Dasgupta P. Trust as a Commodity // Trust: Making and Breaking of Cooperative Relations / ed. by D. Gambetta. Oxford: Basil Blackwell, 1988.

Deutsch M. Trust and Suspicion // Journal of Conflict Resolution. 1958. Vol. 2. No. 4. P. 265–279.

Distrust / Russell Sage Foundation. Series on Trust. 2004. Vol. 8 / ed. by R. Hardin.

Dodds P.Sh., Muhamad R., Watts D.J. An Experimental Study of Search in Global Social Networks // Science. 2003. Vol. 301. Is. 5634. P. 827–829.

Dreyfus H., Dreyfus S. Why Computers May Never Think like People // Technology Review. 1986. Vol. 89. Is. 1. P. 20–42.

Dunbar R.I.M. Are there Cognitive Constraints on an e-world? // Mobile Communication: Essays on Cognition and Community / ed. by K. Nyiri. Vienna: Passagen Verlag, 2003. P. 57–69.

Dunbar R.I.M. Grooming, Gossip, and the Evolution of Language. Cambridge (MA): Harvard University Press, 1996.

Dutton J.E. Energize Your Workplace. How to Create and Sustain High-Quality Connections at Work. San Francisco: Jossey-Bass, 2003.

Dzindolet M.T., Peterson S.A., Pomranky R.A., Pierce L.G., Beck H.P. The Role of Trust in Automation Reliance // International Journal of Human-Computer Studies. 2003. Vol. 58. P. 697–718.

Eisenstadt S.N. Power, Trust, and Meaning. Chicago: University of Chicago Press, 1995.

Ellison N., Steinfield C., Lampe C. The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites // Journal of Computer-Mediated Communication. 2007. Vol. 12. P. 1143–1168.

Engle R.L., Dimitriadi N., Gavidia J.V., Schlaegel Ch., Delanoe S., Alvarado I., He X., Buame S., Wolff B. Entrepreneurial Intent: A Twelve-Country Evaluation of Ajzen's Model of Planned Behavior // International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research. 2010. Vol. 16. Is. 1. P. 35–57.

Farrace R.J., Monger D.R., Russell H.H. Communicating and Organizing // Reading (MA): Addison Wesley, 1977.

Fayolle A., Gailly B., Lassas-Clerc N. Capturing Variations in Attitudes and Intentions: A Longitudinal Study to Assess Pedagogical Effectiveness of Entrepreneurship Teaching Programmes / Working paper presented at the International Council for Small Business World Conference. Washington (DC), June 15–18, 2005. <http:// www.em-lyon.com> (accessed: January, 2007).

Fisher J. Non-governments: NGOs and the Political Development of the Third World. West Hartford (CT): Kumarian Press, 1998.

Foddy M., Platow M.J., Yamagishi T. Group-Based Trust in Strangers: The Role of Stereotypes and Expectations // Psychological Science. 2009. Vol. 20. No. 4. P. 419–422.

Frese M., Bausch A., Schmidt P., Rauch A., Kabst R. Evidence-Based Entrepreneurship: Cumulative Science, Action Principles, and Bridging the Gap between Science and Practice // Foundations and Trends in Entrepreneurship. 2012. Vol. 8. No. 1. P. 1–62.

Fukuyama F. Trust: The Social Virtues and the Creation Prosperity. N.Y.: Simon and Schuster, 1995; Free Press, 1999.

Gabarro J.J. The Development of Working Relationships // Intellectual Teamwork: Social and Technological Foundations of Cooperative Work / ed. by J. Gallagher, R.E. Kraut, C. Egido. Hillsdale (NJ): Lawrence Erlbaum Associates, 1990.

Gallagher S. Older People Giving Care: Helping People and Community. Westport (Conn.): Auburn House, 1994.

Gaskin K., Smith J. A New Civic Europe? A Study of the Extent and Role of Volunteering. L.: The National Center for Volunteering, 1997.

Gelderen M., Brand M., Praag M., Bodewes W., Poutsma E., Gils A. Explaining Entrepreneurial Intentions by Means of the Theory of Planned Behavior // Career Development International. 2008. Vol. 13. Is. 6. P. 538–559.

Gelfand M.G., Cai D.A. Cultural Structuring of the Social Context of Negotiation // The Handbook of Negotiation and Culture / ed. by M.J. Gelfand, J.M. Brett. Stanford (CA): Stanford University Press, 2004. P. 238–258.

Giddens A. The Consequences of Modernity. Cambridge: Polity Press, 1990.

Giddens A. The Third Way and its Critics. L.: Polity Press, 1999.

Glaeser E.L., Laibson D.I., Scheinkman J.A., Soutter C.L. Measuring Trust // Quarterly Journal of Economics. 2000. Vol. 115. Is. 3. P. 811–846.

Global Civil Society: Dimensions of the Nonprofit Sector. Vol. 2 / Salamon L.M., Sokolowski S.W. and Associates. Bloomfield: Kumarian Press, 2004.

Goldfinger J., Ferguson M. Social Capital and Governmental Performance in Large American Cities // State & Local Government Review. 2009. Vol. 41. No. 1. P. 28–29.

Good D. Individuals, Interpersonal Relationships, and Trust // Trust: Making and Breaking of Cooperative Relations / ed. by D. Gambetta. Oxford: Basil Blackwell, 1988.

Gorham E.B. National Service, Citizenship, and Political Education. Albany, 1992.

Govier T. Is it a Jungle out there? Trust, Distrust, and the Construction of Social Reality // Dialogue. 1994. Vol. 33. No. 3. P. 237–252.

Granovetter M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // American Journal of Sociology. 1985. Vol. 91. No. 3. P. 481–510.

Granovetter M.S. The Strength of Weak Ties // American Journal of Sociology. 1973. Vol. 78. No. 6. P. 1360–1380.

Guiso L., Sapienza P., Zingales L. People's Opium? Religion and Economic Attitudes // Journal of Monetary Economics. 2003. No. 50. P. 225–282.

Gurtman M.B. Trust, Distrust, and Interpersonal Problems: a Circumplex Analysis // Journal of Personality and Social Psychology. 1992. Vol. 62. No. 6. P. 989–1002.

Handbook of Social Capital. The Troika of Sociology, Political Science and Economics / ed. by G.T. Svendsen, G.L.H. Svenddsen. Cheltenham (UK): Edward Elgar, 2010.

Handbook of Trust Research / ed. by R. Bachmann, A. Zaheer. Cheltenham (UK); Northampton (USA): Edward Elgar Publishing, 2006.

Hardin R. Trust / Key Concepts in the Social Sciences. Cambridge. Polity Press, 2006. P. 98–117.

Hardin R. (ed.) Distrust / Russell Sage Foundation Series on Trust. 2004. Vol. 8.

Hartner M., Kirchler E., Poschalko A., Rechberger S. Taxpayers' Compliance by Procedural and Interactional Fairness Perception and Social Identity // Psychology & Economics. 2010. Vol. 3. No. 1. P. 12–31.

Hartner M., Rechberger S., Kirchler E., Schabmann A. Procedural Justice and Tax Compliance // Economic Analysis & Policy. 2008. No. 38. P. 137–152.

Häuberer J. Social Capital Theory: Towards a Methodological Foundation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011.

Healy T., Côté S., Helliwell J., Field S. The Well-Being of Nations: The Role of Human and Social Capital. Paris: Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD), 2001.

Helliwell J., Putnam R. Economic Growth and Social Capital in Italy // Eastern Economic Journal. 1995. Vol. 21. No. 3.

Hodgkinson V. et al. The Nonprofit Almanac. San Francisco (CA): Jossey Bass Publishers, 1992.

Hodgkinson V., Weitzman M. Giving and Volunteering in the United States. Washington (DC): Independent Sector, 1996.

Hoegl M., Parboteeah P., Munson C. Team-Level Antecedents of Individuals' Knowledge Networks // Decision Sciences. 2003. Vol. 34. Is. 4. P. 741–770.

Hosmer L.T. Trust: The Connecting Link between Organisational Theory and Philosophical Ethics // Academy of Management Review. 1995. Vol. 20. Is. 2. P. 379–403.

Inglehart R. Modernization and Post-Modernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies. New Jersey: Princeton University Press, 1997.

Inglehart R. Trust, Well-Being and Democracy // Democracy and Trust / ed. by M. Warren. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

Insko C.A., Schopler J. Differential Distrust of Groups and Individuals // Inter-group Cognition and Intergroup Behavior / ed. by C. Sedikides, J. Schopler, C. Insko. Hills-dale (NJ): Erlbaum, 1997.

Jian J.-Y., Bisantz A.M., Drury C.G. Foundations for an Empirically Determined Scale of Trust in Automated Systems // International Journal of Cognitive Ergonomics. 2000. Vol. 4. Is. 1. P. 53–71.

Johnson E.C., Kristof-Brown A.L., van Vianen A.E.M., De Pater I.E., Klein M.R. Expatriate Social Ties: Personality Antecedents and Consequences for Adjustment // International Journal of Selection and Assessment. 2003. Vol. 11. No. 4. P. 277–288.

Kalish Y. Bridging in Social Networks: Who Are the People in Structural Holes and Why Are They There? // Asian Journal of Social Psychology. 2008. Vol. 11. Is. 1. P. 53–66.

Katz I., Hass R.G. Racial Ambivalence and American Value Conflict: Correlational and Priming Studies of Dual Cognitive Structures // Journal of Personality and Social Psychology. 1988. Vol. 55. No. 6. P. 893–905.

Katz I., Wackenhut J., Hass R.G. Racial Ambivalence, Value Duality and Behavior // Prejudice, Discrimination, and Racism / ed. by J.F. Dovidio, S.L. Gaetner. San Diego: Academic Press, 1986. P. 35–59.

Kennedy B.P., Kawachi I., Brainerd E. The Role of Social Capital in the Russian Mortality Crisis // World Development. 1998. Vol. 26. No. 11. P. 2029–2043.

Kilkenny M., Nalbarte L., Besser T. Reciprocated Community Support and Small Town—Small Business Success // Entrepreneurship and Regional Development. 1999. Vol. 11. No. 3. P. 231–246.

Kim D.J., Ferrin D.L., Rao H.R. A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and their Antecedents // Journal of Economic Psychology. 2007. Vol. 28. Is. 3.

King V. Parental Divorce and Interpersonal Trust in Adult Offspring // Journal of Marriage and Family. 2002. Vol. 64. No. 3. P. 642–656.

Knack S., Keefer P. Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation // Quarterly Journal of Economics. 1997. Vol. 112. No. 4. P. 1251–1288.

Kolvereid L. Prediction of Employment Status Choice Intentions // Entrepreneurship Theory and Practice. 1996. Vol. 20. No. 3. P. 47–57.

Kramer R.M. Trust and Distrust in Organizations: Emerging Perspectives, Enduring Questions // Annual Reviews Psychology. 1999. Vol. 50. No. 1. P. 569–598.

Krueger N.F. (Jr), Reilly M.D., Carsrud A.L. Competing Models of Entrepreneurial Intentions // Journal of Business Venturing. 2000. Vol. 15. No. 5/6. P. 411–432.

La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A., Vishny R.W. Trust in Large Organizations // American Economic Review. 1997. Vol. 87. No. 2. P. 333–338.

Lee J., Moray N. Trust, Control Strategies and Allocation of Function in Human-Machine Systems // Ergonomics. 1992. Vol. 35. No. 10. P. 1243–1270.

Lerch F., Prietula M. How do We Trust Machine Advice? // Designing and Using Human-Computer Interfaces and Knowledge-Based Systems / ed. by G. Salvendy, M. Smith. Amsterdam: Elsevier Science, 1989. P. 410–419.

Levine D.P. Attack on Government: Fear, Distrust, and Hatred in Public Life. Charlottesville (Va.): Pitchstone Pub., 2004.

Lewandowsky S., Mundy M., Tan G.P.A. The Dynamics of Trust: Comparing Humans to Automation // Journal of Experimental Psychology: Applied. 2000. Vol. 6. P. 104–123.

Lewicki R.J., Bunker B.B. Trust in Relationships: A Model of Trust Development and Decline // Conflict, Cooperation and Justice / ed. by B.B. Bunker, J.Z. Rubin. San Francisco (CA): Jossey Bass, 1995.

Lewicki R.J., Mcallister D.J., Bies R.J. Trust and Distrust: New Relationships and Realities // Academy of Management Review. 1998. Vol. 23. July. Is. 3. P. 438–459.

Lewicki R.J., Stevenson M.A., Bunker B.B. The Three Components of Interpersonal Trust: Instrument Development and Differences Across Relationships. Max M. Fisher College of Bussines. The Ohio State University. WPS 97 — 4 February, 1997.

Lillbacka R. Measuring Social Capital: Assessing Construct Stability of Various Operationalizations of Social Capital in a Finnish Sample // Acta Sociologica. 2006. Vol. 49. No. 2.

Liňán F., Chen Y. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions // Entrepreneurship Theory and Practice. 2009. Vol. 33. Is. 3. P. 593–617.

Ling R. New Tech, New Ties: How Mobile Communication Is Reshaping Social Cohesion. Cambridge; L.: The MIT Press, 2008.

Luhmann N. Trust and Power. Chichester (Engl.): Wiley, 1979.

Macedo S. Diversity and Distrust: Civic Education in a Multicultural Democracy. Cambridge (MA): Harvard University Press, 2000.

Mancini P. Between Trust and Suspicion: How Political Journalists Solve the Dilemma // European Journal of Communication. 1993. Vol. 8. No. 1. P. 33–51.

Markham W., Bonjean C. Community Orientations of Higher-Status Women Volunteers // Social Forces. 1995. Vol. 73. P. 1553–1572.

Mayer R.C., Davis J.H., Schoorman F.D. An Integrative Model of Organizational Trust // Academy of Management Review. 1995. Vol. 20. No. 3. P. 709–734.

McAllister D.J. Affect — and Cognition — Based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations // Academy of Management Journal. 1995. Vol. 38. No. 1. P. 24–59.

McAllister D.J. Two Faces of Interpersonal Trust // Research on Negotiation in Organizations / ed. by R.J. Lewicki, R.J. Bies, B.H. Sheppard. Greenwich (CT): JAI Press, 1997. Vol. 6. P. 87–112.

McAllister D.S.J., Lewicki R.J., Chaturvedi S. Trust in Developing Relationships: from Theory to Measurement // Academy of Management Best Conference Paper, 2006.

Mehra A., Kilduff M., Brass D.J. The Social Networks of High and Low Self-Monitors: Implications for Workplace Performance // Administrative Science Quarterly. 2001. Vol. 46. Is. 1. P. 121–145.

Mellinger G.D. Interpersonal Trust as a Factor in Communication // Journal of Abnormal Social Psychology. 1956. Vol. 52. No. 3. P. 304–309.

Mishler W., Rose R. Trust, Distrust and Scepticism: Popular Evalutions of Civil and Political Institutions in Post-Communist Societies // Journal of Politics. 1997. Vol. 59. No. 2. P. 418–451.

Misztal B. Trust in Modern Societies: The Search for the Bases of Social Order. Cambridge: Polity Press, 1996.

Moellering G. Trust: Reason, Routine, Reflexivity. Oxford; Amsterdam: Elsevier, 2006.

Moellering G. Inviting or Avoiding Deception through Trust? Conceptual Exploration of an Ambivalent Relationship // Max Plank — Institut für Gesellschaftsforschung. Working Paper 08.01.2008. S. 5–9.

Moen P., Dempster-McClain D., Williams R. Successful Aging: a Factures Perspective on Women's Multiple Roles and Health // American Journal of Sociology. 1992. Vol. 97. No. 6. P. 1612–1638.

Monge P.R., Eisenberg R.M. Emergent Communication Networks // Handbook of Organizational Communication: An Interdisciplinary Perspective / ed. by F.M. Jablin, L.L. Putnam, K.J. Roberts, L.W. Porter. Beverly Hills (CA): Sage, 1987. P. 304–342.

Montpetit E. Misplaced Distrust: Policy Networks and the Environment in France, the United States, and Canada. Vancouver (BC, Canada): University of British Columbia Press, 2003.

Moody G.D. The Hybrid Model of Trust and Distrust: Extending the Nomological Network. The Dissertation. University of Pitts-burgh, 2010. <http://d-scholarship.pitt.edu/7781/1/MoodyGD_2011.pdf>.

Moray N., Inagaki T., Itoh M. Adaptive Automation, Trust, and Selfconfidence in Fault Management of Time-Critical Tasks // Journal of Experimental Psychology: Applied. 2000. Vol. 6. P. 44–58.

Muir B.M. Operators' Trust in and Use of Automatic Controllers in a Supervisory Process Control Task: Doctoral dissertation. University of Toronto (Canada), 1989.

Muir B.M. Trust in Automation. P. 1. Theoretical Issues in the Study of Trust and Human Intervention in Automated Systems // Ergonomics. 1994. Vol. 37. No. 11. P. 1905–1922.

Muir B.M., Moray N. Trust in Automation. P. II. Experimental Studies of Trust and Human Intervention in a Process Control Simulation // Ergonomics. 1996. Vol. 39. No. 3. P. 429–460.

Musick M., Herzog A., House J. Volunteering and Mortality among Older Adults: Findings from a National Sample // Journal of Gerontology. 1999. Vol. 54. No. 3. P. S173–S180.

Nacci P., Stapleton R.E., Tedeschi J.T. An Empirical Restatement of the Reciprocity Norms // Journal of Social Psychology. 1973. Vol. 91. P. 263–271.

Nahapiet J., Ghoshal S. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage // Academy of Management Review. 1998. Vol. 23. Is. 2. P. 242–266.

Nesbit R. The Institutional Context of Volunteering: The Impact of Families, Paid Labor, State Policies, and Military Service / School of Public and Environmental Affairs Indiana University, 2008.

Numan J.H. Knowledge-Based Systems as Companions: Trust, Human Computer Interaction and Complex Systems: Doctoral thesis. Rijksuniversiteit Groningen, 1998.

Nyiri K. The Networked Mind // Studies in East European Thought. 2008. No. 60. P. 149–158.

Onyx J., Bullen P. Sources of Social Capital // Social Capital and Public Policy in Australia / ed. by I. Winter. Melbourne: Australian Institute of Family Studies, 2000. P. 105–134.

Otnes C., Lowrey T.M., Shrum L.J. Toward an Understanding of Consumer Ambivalence // Journal of Consumer Research. 1997. Vol. 24. No. 1. P. 80–93.

Parry G. Trust, Distrust and Consensus // British Journal of Political Science. 1976. Vol. 6. No. 2. P. 129–142.

Patchen M., Hofman G., Davidson J.D. Interracial Perceptions among High School Students // Sociometry. 1976. Vol. 39. P. 341–354.

Payne B., Bull C. The Older Volunteer: the Case for Interdependence // Social Bonds in Later Life: Aging and Interdependence / ed. by W. Peterson, J. Quadagno. Newbury Park (CA), 1993.

Petty R.E., Wegener D.T., Fabrigar L.R. Attitudes and Attitude Change // Annual Review of Psychology. 1997. Vol. 48. P. 609–647.

Pixley J. Emotions in Finance: Distrust and Uncertainty in Global Markets. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

Platow M.J., Foddy M., Yamagishi T., Lim L., Chow A. Two Experimental Tests of Trust in In-Group Strangers: The Moderating Role of Common Knowledge of Group Membership // European Journal of Social Psychology. 2012. Vol. 42. Is. 1. P. 30–35.

Portes A. Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology // Annual Review of Sociology. 1998. Vol. 24. P. 1–24.

Priester J.R., Petty R.E. The Gradual Threshold Model of Ambivalence: Relating the Positive and Negative Bases of Attitudes to Subjective Ambivalence // Journal of Personality and Social Psychology. 1996. Vol. 71. No. 3. P. 431–449.

Putnam R. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. N.Y.: Simon & Schuster, 2000.

Putnam R. Social Capital Measurement and Consequences // Canadian Journal of Policy Research. 2001. Vol. 2. No. 1. P. 41–51.

Putnam R. Social Capital Measurement and Consequences // Canadian Journal of Policy Research. 2001. Vol. 2. No. 1. P. 41–51.

Putnam R. Tuning in, Tuning out: the Strange Disappearance of Social Capital in America // PS: Political Science and Politics. 1995. Vol. 28. No. 4. P. 664–683.

Putnam R.D., Leonardi R., Nanetti R.Y. Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy. Princeton (NJ): Princeton University Press, 1993.

Putnam R., Feldstain L.M. Better Together: Restoring the American Community. N.Y.: Simon and Schuster, 2003.

Rabin M., O'Donoghue T. Self-Awareness and Self-Control // Time and Decision: Economic and Psychological Perspectives on Intertemporal Choice / ed. by R. Baumeister, G. Loewenstein, D. Read. N. Y.: Russell Sage, 2002.

Rauch A., Frese M. Let's Put the Person back into Entrepreneurship Research: A Meta-Analysis on the Relationship between Business Owners' Personality Traits, Business Creation and Success // European Journal of Work and Organizational Psychology. 2007.Vol. 16. No. 4. P. 353–385.

Read S., Song M., Smit W. A Meta-Analytic Review of Effectuation and Venture Performance // Journal of Business Venturing. 2009. Vol. 24. No. 6. P. 573–587.

Read W.H. Upward Communication in Industrial Hierarchies // Human Relations. 1962. Vol. 15. No. 3. P. 3–15.

Reina D.S., Reina M.L. Trust and Betrayal in the Workplace: Building Effective Relationships in Your Organization. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 2011.

Rempel J.K., Holmes J.G., Zanna M.P. Trust in Close Relationships // Journal of Personality and Social Psychology. 1985. Vol. 49. Is. 1. P. 95–112.

Ring P.S., Van de Ven A.H. Developmental Process of Cooperative inter Organizational Relationships // Academy of Management Review. 1994. Vol. 19. No. 1. P. 90–118.

Rosenberg M. Faith in People Scale // Measures of Social Psychological Attitudes. Vol. 1: Measures Personality and Social Psychological Attitudes / ed. by J.P. Robinson, P.R. Shaver, L.S. Wrightsman. San Diego; N. Y.; Boston: Academic Press, 1991. P. 404–405.

Rosenberg M. Occupations and Values. Glencoe (IL): Free Press, 1957.

Rotter J.B. A New Scale for the Measurement of Interpersonal Trust // Journal of Personality. 1967. Vol. 35. P. 651–665.

Rotter J.B. Generalized Expectancies for Interpersonal Trust // American psychologist. 1971. Vol. 26. No. 5. P. 443–452.

Rousseau D.M., Sitkin S.B., Burt R.S., Camerer C. Not so Different after all: a Cross-Discipline View of Trust // Academy of Management Review. 1998. Vol. 23. Is. 3. P. 393–404.

Rozman G. Northeast Asia's Stunted Regionalism: Bilateral Distrust in the Shadow of Globalization. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

Sapsed J., Bessant J., Partington D., Tranfield D., Young M. Teamworking and Knowledgemanagement: a Review of Converging Themes // International Journal of Management Reviews. 2002. Vol. 4. Is. 1. P. 71–85.

Sarasvathy S.D. Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency // Academy of Management Review. 2001. Vol. 26. No. 2. P. 243–263.

Shaw R.B. Trust in the Balance: Building Successful Organizations on Results, Integrity, and Concern. San Francisco: Jossey-Bass, 1997.

Schiff M. Social Capital, Labor Mobility and Welfare // Rationality and Society. 1992. Vol. 4. April. P. 157–175.

Seligman A.B. The Problem of Trust. Princeton: Princeton University Press, 1997.

Selten R. Reexamination of the Perfectness Concept for Equilibrium Points in Extensive Form Games // International Journal of Game Theory. 1975. Vol. 4. No. 1. P. 25–55.

Sheppard B.H. Negotiating in Long-Term Mutually Interdependent Relationships among Relative Equals // Research on Negotiation in Organizations / ed. by R.J. Bies, R.J. Lewicki, B.H. Sheppard. Greenwich (CT): JAI Press, 1995. Vol. 5. P. 3–44.

Shook Ch.L., Bratianu C. Entrepreneurial Intent in a Transitional Economy: An Application of the Theory of Planned Behavior to Romanian Students // International Entrepreneurship and Management Journal. 2010. Vol. 6. No. 3. P. 231–247.

Simmel G. Conflict & the Web of Group-Affiliations. Glencoe (IL): Free Press, 1955.

Sitkin S.B., Roth N.L. Explaining the Limited Effectiveness of Legalistic "Remedies" for Trust/Distrust // Organization Science. 1993. Vol. 4. No. 3. P. 367–392.

Sitkin S.B., Stickel D. The Road to Hell: the Dynamics of Distrust in an Era of Quality // Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research / ed. by R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks (CA): Sage, 1996. P. 196–215.

Smith D. Altruism, Volunteers, and Volunteerism // Volunteerism in the Eighties / ed. by J. Harman. Washington (DC): University Press of America, 1982. P. 23–44.

Special Topic Forum on Trust in and between Organizations // Academy of Management Review. 1998. Vol. 23. Is. 3. P. 387–620.

Stallings M.C., Dunham C.C., Gatz M., Bengtson V.L. Relationships among Life Events and Psychological Well-Being: More Evidence for a Two-Factor Theory of Well-Being // Journal of Applied Gerontology. 1997. Vol. 16. No. 1. P. 104–119.

Stephan P. Relationships Among Market Work, Work Aspirations and Volunteering: the Case of Retired Women // Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly. 1991. Vol. 20. No. 2. P. 225–236.

Stolle D. Bowling Together, Bowling Alone: The Development of Generalized Trust in Voluntary Associations // Political Psychology. 1998. Vol. 19. No. 3. P. 497–525.

Ssewamala F., Karimli L., Chang-Keun H., Ismayilova L. Social Capital, Savings, and Educational Outcomes of Orphaned Adolescents in sub-Saharan Africa // Children and Youth Services Review. 2010. Vol. 32. No. 12. P. 1704–1710.

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

Sztompka P. Trust and Emerging Democracy: Lessons from Poland // International Sociology. 1996. Vol. 11. No.1. P. 37–62.

Sztompka P. Trust, Distrust and the Paradox of Democracy // Wissenschaftszentrum Berlin fьr Sozialforschung gGmbH (WZB), Reichpietschufer 50, D-10785. Berlin. 1997. P97–003. <http://bibliothek.wzb.eu/pdf/1997/p97-003.pdf>.

Sztompka P. Mistrusting Civility: Predicament of a Post-Communist Society // Real Civil Societies / ed. by J. Alexander. L.: Sage, 1997.

Sztompka P. Trust, Distrust and Two Paradoxes of Democracy // The European Journal of Social Theory. 1998. Vol. 1. Is. 1. P. 412.

Sztompka P. Trust. A Sociological Theory. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

Tanis M., Postmes T. A Social Identity Approach to Trust: Interpersonal Perception, Group Membership and Trusting Behavior // European Journal of Social Psychology. 2005. Vol. 35. P. 413–424. <http://dare2.ubvu.vu.nl/bitstream/handle/1871/33809/178795.pdf?sequence=1>.

Tett R.P., Guterman H.A. Situation Trait Relevance, Trait Expression, and Cross-Situational Consistency: Testing a Principle of Trait Activation // Journal of Research in Personality. 2000. Vol. 34. No. 3. P. 397–423.

The New Public Management in Action / ed. by E. Ferlie. Oxford: Oxford University Press, 1996.

Tkachev A., Kolvereid L. Self-Employment Intentions among Russian Students // Entrepreneurship and Regional Development. 1999. Vol. 11. No. 3. P. 269–280.

Tong S.T., Van Der Heide B., Langwell L., Walther J.B. Too Much of a Good Thing? The Relationship Between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook // Journal of Computer-Mediated Communication. 2008. Vol. 13. No. 3. P. 531–549.

Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches / The Russell Sage Foundation. Series on Trust. 2004. Vol. 7 / ed. by R.M. Kramer, K.S. Cook.

Trust and Distrust: Sociocultural Perspectives (Advances in Cultural Psychology Constructing Human Development) / ed. by I. Markova, F. Gillespie. Information Age Pub. Inc., 2007.

Trust in Systems: Effects of Direct and Indirect Information / ed. by P. de Vries. Eindhoven: Technische Universiteit Eindhoven, 2004. Proefschrift.

Turner J. The Formation of Social Capital // Social Capital: A Multifaceted Perspective / ed. by P. Dasgupta, I. Serageldin. Washington (DC): The World Bank, 2000.

Turner S., Nguyen Ph. Young Entrepreneurs, Social Capital and Doi Moi in Hanoi, Vietnam // Urban Studies. 2005. Vol. 42. No. 10. P. 1693–1710.

Uggen C., Janikula J. Volunteerism and Arrest in the Transition to Adulthood // Social Forces. 1999. Vol. 78. No. 1. P. 331–362.

Uzzi B. Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness // Administrative Science Quarterly. 1997. Vol. 42. No. 1. P. 35–67.

Van Staveren I., Knorringa P. Unpacking Social Capital in Economic Development: How Social Relations Matter // Review of Social Economy. 2007. Vol. LXV. No. 1. P. 107–135.

Verba S., Schlozman K.L., Brady H.E. Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics. Cambridge (MA): Harvard University Press, 1995.

Waern Y., Ramberg R. People's Perception of Human and Computer Advice // Computers in Human Behavior. 1996. No. 12. P. 17–27.

Watson D., Tellegen A. Toward a Consensual Structure of Mood // Psychological Bulletin. 1985. Vol. 98. No. 2. P. 219–235.

Wellman B. Little Boxes, Glocalization, and Networked Individualism // Digital Cities / ed. by M. Tanabe, P. van den Bessclaar, T. Ishida. Heidelberg: Springer-Verlag, 2002. P. 10–25.

Wellman B., Gulia M. Net Surfers don't Ride Alone: Virtual Community as Community // Communities in Cyberspace / ed. by P. Kollack, M. Smith. L.: Routledge, 1999. P. 167–194.

Wellman B., Quan-Hasse A., Boase J., Chen W., Hampton K., Isla da Diaz I., Miyata K. The Social Affordances of the Internet for Networked Individualism // Journal of Computer Mediated Communication. 2003. Vol. 8. No. 3.

Welzel C., Inglehart R. Agency, Values and Well-Being: A Human Development Model. Springerlink.com. 18 February 2010*а*.

Welzel C., Inglehart R. Changing Mass Priorities: The Link between Modernization and Democracy // Perspectives on Politics. 2010*б*. Vol. 8. № 2 (June). <http://www. worldvaluessurvey.com/ publications/>.

Welzel C., Inglehart R., Bernhagen P., Haepfer C. Demokratization. Oxford: Oxford University Press, 2009.

Westlund H., Adam F. Social Capital and Economic Performance: A Meta-Analysis of 65 Studies // European Planning Studies. 2010. Vol. 18. No. 6. P. 893–919.

Whitener E.M., Brodt S.E., Korsgaard M.A., Werner J.M. Managers as Initiators of Trust: An Exchange Relationship Framework for Understanding Managerial Trustworthy Behavior // Academy of Management Review. 1998. Vol. 23. Is. 3. P. 513–530.

Williamson O.E. Calculativeness, Trust and Economic Organization // Journal of Law and Economics. 1993. Vol. 36. No. 1. P. 453–486.

Wilson J. Volunteering // Annual Review of Sociology. 2000. Vol. 26. August. P. 215–240.

Woodhouse A. Social Capital and Economic Development in Regional Australia: A Case Study // Journal of Rural Studies. 2006. Vol. 22. P. 83–94.

Woolcock M. Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework // Theory & Society. 1998. Vol. 27. No. 2. P. 151–208.

Worchel P. Trust and Distrust // The Social Psychology of Intergroup Relations / ed. by W.G. Austin, S. Worchel. Belmont (CA): Wadsworth, 1979.

Yamagishi T., Yamagishi M. Trust and Commitment in the United States and Japan // Motivation Emotion. 1994. Vol. 18. No. 2. P. 129–166.

Yang-Wallentin F., Schmidt P., Davidov E., Bamberg S. Is There Any Interaction Effect between Intention and Perceived Behavioral Control? // Methods of Psychological Research Online. 2004. Vol. 8. No. 2. P. 127–157.

Youniss J., Yates M. Community Service and Social Responsibility in Youth. Chicago (IL): University of Chicago Press, 1997.

Zadeh E.T., Khoshalhan F. A Conceptual Model of Trust and Distrust. 2011. <http://www.wbiconpro.com/440-%20Ebrahim.pdf>.

Zajonc R.B. The Concepts of Balance, Congruity, and Dissonance // Public Opinion Quarterly. 1960. Vol. 24. P. 280–296.

Zak P., Knack S. Trust and Growth / Economic Journal. 2001. Vol. 111. No. 470. P. 295–321.

Zapkau F.B., Schwens C., Steinmetz H., Kabst R. Disentangling the Effect of Prior Entrepreneurial Exposure on Entrepreneurial Intention — An Empirical Analysis Based on the Theory of Planned Behavior / Presentation at the 15th Annual Interdisciplinary Entrepreneurship Conference (G-Forum). Zűrich (Switzerland), November 3–4, 2011.

УКАЗАТЕЛЬ ИМЕН

Абульханова-Славская К.А. 113
Агуреева Г.А. 113
Азарова Е.С. 187
Айзен А. 401, 404, 407, 408, 410, 414, 418
Акимова А.Ю. 444, 445, 468
Алабужева С.В. 113
Алексеева М.М. 486
Андерсен П. 112
Андерсон М. 357
Андреева Г.М. 488
Антоненко И.В. 7, 8, 10, 26, 113, 431, 487
Аронсон Э. 112
Атватер И. 112
Ашлапова Е.В. 113

Балуцкий И.В. 113
Банкер Б. 295, 358, 432, 487, 488
Баранов А.А. 113
Барбер Б. 27, 176, 429
Бирн Д. 112
Басов М.Я. 113
Батлер Дж. 432, 447, 488
Бауш А. 402
Беккер Г. 397
Белянин А.В. 7, 8, 10, 234
Бенедикт XVI 136
Бернштейн Н.А. 90
Берт Р. 429
Бехтерев В.М. 113
Бизанц А. 459
Бис Р. 26, 27, 65–68, 74–76
Блау П. 271
Бодалев А.А. 356, 400
Бодюль В.Е. 234
Бойль Р. 432
Болтански Л. 288
Бонасич П. 432
Брайант Дж. 486
Братиану К. 408
Браун П. 235
Бродель Ф. 285
Бун С. 432
Бурдье П. 350, 429
Бушмакина О.Н. 113
Бэрон Р. 112

Ваерн И. 460
Валлерстайн И. 152
Ван де Вен А. 432, 488
Вартанова Е.Л. 486
Вебер М. 264, 265, 281
Вейгерт А. 235, 333

Вельцель К. 140, 162
Вердербер К. 112
Вердербер Р. 112
Веселов Ю.В. 14, 29, 180, 198
Винер Н. 486
Витакер Д.С. 112
Вишневкина М.Ю. 113
Владыкина И.К. 234
Выготский Л.С. 91, 97, 161, 487

Габарро Дж. 67
Гальперин П.Я. 91, 113
Гамбетта Д. 265
Ганзен В.А. 113
Гарфинкель Х. 27, 176
Гейтс Б. 288
Гидденс Э. 29, 172, 265, 266, 274, 282, 426
Глассер П. 112
Говир Т. 234
Голенкова З.Т. 171
Голубь О.В. 113
Гордеева Н.Д. 103, 104
Гордон Л.А. 181
Горяинов В.П. 234
Гофман И. 282
Гудвин С. 429
Гудков Л.Д. 164
Градосельская Г. 400
Грановеттер М. 75, 275–279, 283–285, 287
Гуизо Л. 379
Гусев А.Н. 117
Гусейнов А.А. 170, 172
Гуэрреро Л. 112

Давыдов В.В. 113
Данбар Р. 363
Данкин Д.М. 8, 11, 234
Дарендорф Р. 181
Даффи К. 112
Дахин В.Н. 234
Двоеглазова М.Ю. 113
Декарт Р. 93, 94, 106
Делягин М.Г. 140
Джемисон К. 235
Джиан Дж. 459
Джонсон Б. 112
Джонсон Х.Дж. 397
Джонсон Э. 356
Джобс С. 288
Дилигенский Г.Г. 181
Диндиа К. 112
Дискин И.Е. 153, 154
Дмитриев М.Э. 165
Дойч М. 432
Донцов А.И. 431
Дорохова М.С. 113, 488
Достовалов С.Г. 113
Друри С. 459
Дюркгейм Э. 29, 30, 177, 264, 265

Елизаров А.Н. 113
Елисеева О.О. 113

Журавлев А.Л. 7, 8, 14, 113, 308, 379, 432, 488
Журавлева Н.А. 7

Журавлева Л.А. 113

Завершинский К.Ф. 234
Заккер Л. 432, 488
Зайонц Р. 67
Запкау Ф. 407
Затулин К.Ф. 137
Зельтен Р. 94, 95, 98–101
Зимбардо Ф. 113, 369
Зиммель Г. 29, 157, 271, 275
Зингер М. 112
Зинченко В.П. 7, 8, 10, 26, 103, 112, 113, 117, 118, 234
Зобков В.А. 113

Изард К. 472
Изюмова И.В. 332, 334, 487
Ильин И.А. 161
Инглхарт Р. 140, 149, 161, 162, 380, 429

Кабст Р. 402
Кадилл Е. 429
Калинин И.В. 113
Каллон М. 284, 289
Капелла Дж. 235
Карицкий И.Н. 115
Карпов А.В. 113
Карневейл Д. 235
Кастельфранчи К. 145
Кашапов М.М. 113
Кейнс Дж.М. 266–268
Керр Н. 112
Кертман Г.Л. 234
Кеттелл Р.Б. 23
Килкенни М. 401
Килкойн П. 429
Кирилл 140
Ким Д. 334
Клименко А.В. 247
Клищ Н.Н. 247
Ключникова Л.В. 290
Козлов В.В. 113
Колверейд Л. 406
Колиенко Н.С. 113
Колчина Л.П.113
Комина А.В. 234
Коморита С. 235
Компрад И. 288
Кон И.С. 356
Кондильяк Э.Б. 487
Конт О. 264
Копылова Ю.Н. 234
Корнев С.А. 113
Корнеева И.Е. 247
Короченцева А.В. 113
Коттлер Дж. 112
Коуз Р. 268, 270, 272
Коулман Дж. (Коулмен) 271–273, 306, 376, 378, 397, 429
Кочюнас Р. 113
Кравченко И.И. 171
Кронбах Л. 494
Кузнецова И.В. 113
Кузьмин Е.С. 356
Кулешов Д.В. 113
Куммингс Л. 432
Куницына В.Н. 113

Купрейченко А.Б. 8, 9, 24, 31, 76, 112, 145, 176, 177, 333, 429, 434, 445, 469, 487, 494, 495
Кутсурес Х. 112
Кьяпелло И. 288

Лагуткина А. 371, 372
Лазурский А.Ф. 113
Лайкерт Р. 339
Лапин Н.И. 155, 160
Ла Порта Р. 380
Латур Б. 284, 289
Латынов В. 113
Лебедев А.Н. 7, 22
Лебедев В.И. 113
Левада Ю.А. 163, 234
Левандовски С. 459, 460
Левин К. 113
Левис Д. 235, 333
Левицки Р. 26, 27, 65–68, 74–76, 295, 358, 432, 487, 488
Левченко Е.В. 113
Легойда В.Р. 158
Ле Гофф Ж. 280
Лекторский В.А. 114
Ленин В.И. 280
Леонтьев А.Н. 91, 113, 117, 487
Лерх Ф. 459, 460
Ли Д. 430
Лим Л. 112
Линан Ф. 408
Линдсколд С. 112, 432
Лири Т. 76
Лобанов Н.Н. 234
Ловелл Д.У. 234
Ломов Б.Ф. 456, 487
Лукин В.Н. 234
Луман Н. 27, 74, 75, 172, 176, 265
Лунев Ю.А. 290
Лурия А.Р. 91, 487
Лунт П. 429
Львов В.М. 113

Майерс Д. 112
МакАллистер Д. 26, 27, 65–68, 71, 74–76
Макнайт Д. 432
Манди М. 459
Маркова О.В. 113
Маркс К. 279
Маслоу А.Г. 112
Медведев Д.А. 162
Мейер Р.С. 446
Мёллеринг Г. 144, 149
Меньшикова В.В. 113
Мерсиянова И.В. 7–9, 12, 13, 24, 182, 199, 213
Милгрэм С. 113, 363
Миллер Н. 112
Милн Г. 429
Мильнер Б.З. 234, 487
Минина В.Н. 234, 241
Мирошниченко В.А. 234
Мисцал Б. 112
Митчелл С. 235
Мишел В. 113, 284, 289
Мишра Э. 356
Мозговая Т.М. 234

Морган Р. 429
Морей Н. 430
Моховиков А.Н. 113
Мэрфи П. 429
Мюр Б. 429, 458, 464
Мясищев В.Н. 113, 463

Найт Ф. 267, 268
Нгуинг Ф. 403
Неклесса А.И. 150
Нестик Т.А. 7, 17, 155
Нисбетт Р. 113
Норт Д. 267, 268, 270
Нотеберг А. 429
Нэш Дж.Ф. 97, 98, 100

Обознов А.А. 7, 22, 444
Обознов Н.Н. 356
Оливеро Н. 429
Ольшанский Д.В. 234
Осгуд Ч. 478
Отио Е. 407
Ошероу Н. 112

Палуди М. 112
Панферов В.Н. 113
Паркс К. 235, 432
Парсонс Т. 265, 280
Патоша О.И. 7, 16
Пахомова Е.И. 247
Пацынко С.В. 113, 488
Патнэм Р. 376, 377, 380
Переверзева И.А. 113
Пети Р. 66
Петражицкий Л.И. 161
Пилисук М. 432
Плайтоу М.Дж. 112
Плесовских С.Н. 234
Позняков В.П. 7, 15, 290
Поланьи К. 276, 279, 280
Полина А.В. 113
Полина Л.В. 113
Полякова Н.Б. 113
Поршнев Б.Ф. 26, 59, 60
Постмис Т. 112
Праворотова Т.А. 235
Пратканис Э. 112
Приетула М. 459, 460
Пристер Дж. 66
Прохоров М.Д. 157
Прохорова И.Ф. 113
Пруйт Д. 112
Путин В.В. 136, 137, 162, 163, 165

Радаев В.В. 350
Раковская Г.Н. 113
Рамберг Р. 460
Рауч А. 402
Ремпел Дж. 112, 432, 487, 488
Ремчуков К.В. 165
Рикер П. 282
Ринг П. 432, 488
Роббинс Р. 112
Роджерс К.Р. 112
Розенберг М. 27, 79, 432
Росс Л. 113
Роттер Дж. 27, 432, 487
Рубин Дж. 112

Рубинштейн С.Л. 113, 487, 489
Рудестам К. 112
Рузанов А.Б. 235
Руссо Д. 27

Сагитова Д.Р. 113
Саймон Г. 74, 268
Сафонов В.С. 431, 487
Сведберг Р. 276
Сведюк В.А. 113
Селигмен А. 28, 29, 176, 235
Сидоренков А.В. 113
Сидоренкова И.И. 113
Симоненко С.И. 113
Симонов П.В. 473, 474
Ситкин С. 27
Скворцов А.В. 113
Сколник П. 432
Скрипкина Т.П. 26, 113, 234, 458, 487, 488
Смелзер Н. 172
Смит А. 265
Спасенников В.В. 290
Солдатова Г.У. 234, 366, 368
Соломон Л. 432
Сорокин П.А. 161
Спенсер Г. 264
Сталин И.В. 280
Стивенсон М. 295, 432, 487, 488
Стьюдент (Госсет У.С.) 87, 309, 383
Суворова Г.А. 113
Сумарокова В.А. 7, 14, 113, 290, 308, 432, 488
Сунг Хе Ким 112

Табхарова С.П. 8, 9, 76, 113, 487
Тан Г. 459
Татарко А.Н. 7, 18, 19
Тёйнис М. 112
Тернер Дж. 429
Тернер С. 403
Теннис Ф. 487
Тихомиров О.К. 473
Тихонова Н.Е. 143
Тишкова Н.Ю. 113, 234
Ткачев А. 406
Томпсон С. 486
Тэн Ф. 429

Уайтнер Е.М. 446
Уилкоксон Ф. 339, 340, 342
Уолтерз П. 112
Уильямсон О. 268, 270, 276, 277
Устинова Н.Г. 113
Ухтомский А.А. 103, 117
Ухтомский А.В. 90
Уотс Д. 363
Уэйс У. 112
Уэллман Б. 363

Файзуллина Г.Я. 113
Файн С. 112
Файоль А. 407
Фальконе Р. 145
Фатхи О.Г. 113
Феррин Д. 334
Фишер Р.Э. 309
Фодди М. 112

Фоксман Е. 429
Фопель К. 112
Фреик Н.В. 457
Фридман М. 267
Фриз М. 402, 403
Фромм Э. 112
Фукидид 136
Фукуяма Ф. 33, 177, 235, 265, 270, 487

Халберт Л. 432
Хант С. 429
Хардин Р. 157, 431
Харрис Р. 112
Хассен С. 112
Хейз Р.Б. 112
Хезирингтон М. 235
Хиллман Дж. 69, 70
Хофстед Г. 160, 161
Холмогорова Е.А.113
Холмс Дж. 112, 432, 487, 488
Хоманс Дж. 27, 271, 306
Хосмер Л. 27, 305, 432, 488

Чалдини Р. 112
Чен Ж. 408
Червани Н. 432
Чердымова Е.И. 290
Чоу А. 112

Шадриков В.Д. 113
Шапиро Д. 432
Шварц Ш. 161
Шепард Б. 67, 432
Шихирев П.Н. 113, 306, 377, 397, 429
Шкаратан О.И. 154
Шлыкова Н.Б. 113
Шляховая Е.В. 8, 23, 429
Шмидт П. 402
Шо Р.Б. 446
Шостром Э. 112
Шпет Г. 91
Штомпка П. 235, 241, 243, 256, 265, 268
Шук К. 408
Шукюрова М.Г. 113
Шульц Т.У. 397

Эбрамсон Р. 235
Элиас Н. 282
Эльконин Д.Б. 113
Эльстер Ю. 273
Энгл Р. 406, 407
Эриксон Э. 26, 60, 61, 79, 112, 118, 432, 487
Эрроу К. 268, 270, 278

Якимец В.Н. 7, 13, 247
Якобсон Л.И. 182, 199, 213
Якушева М.В. 113
Ямагиши Т. 112
Ямко Н.Н. 234
Яницкий М.С. 187

Сведения об авторах

АКИМОВА Анна Юрьевна — начальник отдела психофизиологического обеспечения Региональной дирекции медицинского обеспечения на Горьковской железной дороге, соискатель Института психологии РАН; *e-mail*: anna_ak@rambler.ru

АМЕРХАНОВА Наталья Анатольевна — магистр психологии, стажер-исследователь Международной научно-учебной лаборатории социокультурных исследований, НИУ «Высшая школа экономики»; *e-mail*: AmerkhanovaN@gmail.com

АНТОНЕНКО Ирина Викторовна — доктор психологических наук, профессор Московского государственного университета дизайна и технологии; *e-mail*: ivantonenko@mail.ru

БЕЛЯНИН Алексей Владимирович — доктор экономики (PhD Economics), доцент МИЭФ НИУ ВШЭ, зав. лабораторией экспериментальной и поведенческой экономики, старший научный сотрудник ИМЭМО РАН; *e-mail*: icef-research@hse.ru

БОГАТОВ Николай Юрьевич — студент 1-го курса магистратуры факультета психологии НИУ «Высшая школа экономики»; *e-mail:* gansnik@gmail.com

ВЕСЕЛОВ Юрий Витальевич — доктор социологических наук, Санкт-Петербургский государственный университет, зав. кафедрой «Экономическая социология»; *e-mail:* yurivitalievichveselov@yahoo.com

ГОРДЯКОВА Ольга Владимировна — кандидат психологических наук, зав. кафедрой «Социальная психология» НОУ ВПО «Московский институт психоанализа»; *e-mail:* apam_euro@mail.ru

ДАНКИН Дмитрий Михайлович — доктор политических наук, зам. главного редактора журнала «Безопасность Евразии»; *e-mail:* dmdankin@yandex.ru

ЖУРАВЛЕВ Анатолий Лактионович — член-корреспондент РАН, доктор психологических наук, директор Института психологии РАН; *e-mail:* adm3@psycol.ras.ru

ЗИНЧЕНКО Владимир Петрович — академик РАО, доктор психологических наук, ординарный профессор НИУ «Высшая школа экономики», зав. кафедрой

психофизиологии, почетный член Американской академии искусств и наук, лауреат премии Правительства РФ в области образования; *e-mail:* vzinchenko@hse.ru

КУПРЕЙЧЕНКО Алла Борисовна — доктор психологических наук, профессор НИУ «Высшая школа экономики», ведущий научный сотрудник Иституита психологии РАН и Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ, проректор по науке ИМЭИ; *e-mail:* kvit-alla@yandex.ru

ЛЕБЕДЕВ Александр Николаевич — доктор психологических наук, зав. кафедрой «Прикладная психология» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»; *e-mail:* lebedev-lubimov@yandex.ru

МЕРСИЯНОВА Ирина Владимировна — кандидат социологических наук, директор Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ «Высшая школа экономики», зав. кафедрой экономики и управления в негосударственных некоммерческих организациях НИУ ВШЭ; *e-mail:* imersianova@hse.ru

НЕСТИК Тимофей Александрович — кандидат философских наук, старший научный сотрудник Института психологии РАН, ведущий научный сотрудник МГУ им. М.В. Ломоносова; *e-mail:* nestik@gmail.com

ОБОЗНОВ Александр Александрович — доктор психологических наук, профессор, зав. лабораторией инженерной психологии и эргономики Института психологии РАН, профессор Московского гуманитарного университета; *e-mail:* aao46@mail.ru

ПАТОША Ольга Ивановна — кандидат психологических наук, доцент кафедры организационной психологии НИУ «Высшая школа экономики»*; e-mail:* o.patosha@hse.ru

ПАХОМОВА Елена Ивановна — кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ «Высшая школа экономики»; *e-mail:* epakhomova@hse.ru

ПОЗНЯКОВ Владимир Петрович — доктор психологических наук, ведущий научный сотрудник Института психологии РАН, профессор Московского гуманитарного университета; *e-mail:* pozn_v@mail.ru

САШИНА Мария Александровна — студентка магистратуры факультета психологии НИУ «Высшая школа экономики»; *e-mail:* asashina@hse.ru

СНЕГОВАЯ Мария Владиславовна — аспирант Колумбийского университета (США); *e-mail:* snegovaya@gmail.com

СОЛОМАХА Ирина Александровна — аспирант Института психологии РАН; *e-mail:* isolomaha@gmail.com

СУМАРОКОВА Вера Александровна — кандидат психологических наук, доцент Российского государственного торгово-экономического университета; *e-mail:* kaf_English@mail.ru

ТАБХАРОВА Сэсэг Пурбуевна — кандидат психологических наук, специалист в ГК «Связной»; *e-mail:* stabkharova@yandex.ru

ТАТАРКО Александр Николаевич — кандидат психологических наук, доцент кафедры организационной психологии НИУ «Высшая школа экономики»*; e-mail:* tatarko@yandex.ru

ШЛЯХОВАЯ Елена Вадимовна — соискатель Института психологии РАН; *e-mail:* elena_shlyakhovaya@yahoo.com

ЯКИМЕЦ Владимир Николаевич — доктор социологических наук, главный научный сотрудник Института проблем передачи информации РАН, профессор НИУ Московский физико-технический институт, старший научный сотрудник Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ «Высшая школа экономики» (2010–2011 гг.); *e-mail:* iakimets@mail.ru

OUR AUTORS

AKIMOVA Anna — Head of the Department of psychophysiological support of the Regional Directorate of medical support of the Gorky Railway, postgraduate of Institute of psychology of the Russian Academy of Sciences, Moscow; *e-mail:* anna_ak@rambler.ru

AMERKHANOVA Natalia — Master of Psychology, junior researcher of International scientific-educational laboratory for socio-cultural research, of National Research University «Higher School of Economics»; *e-mail:* AmerkhanovaN@gmail.com

ANTONENKO Irina — Doctor of science (Psychology), professor of Moscow State University of Design and Technology; *e-mail:* ivantonenko@mail.ru

BELIANIN Alexis — PhD (Economics), associate professor of ICEF NRU HSE, head of laboratory of experimental and behavioural economics, senior research fellow of IMEMO RAS; *e-mail:* icef-research@hse.ru

BOGATOV Nikolay — Master student of National Research University «Higher School of Economics»; *e-mail:* gansnik@gmail.com

GORDYAKOVA Olga — PhD (Psychology), head of the chair «social psychology» NOU HBO «Moscow Institute of psychoanalysis»; *e-mail:* apam_euro@mail.ru

DANKIN Dmitry — Doctor of science (Politology), Deputy Chief editor of the «Bezopasnost Evrazii» (Security of Euroasia) journal; *e-mail:* dmdankin@yandex.ru

KUPREYCHENKO Alla — Doctor of science (Psychology), professor of National Research University «Higher School of Economics», l.r. of Institute of psychology of Russian Academy of Sciences, l.r. of HSE Center for Research on Civil Society and the Nonprofit Sector, prorector of science IWEI; *e-mail:* kvit-alla@yandex.ru

LEBEDEV Alexander — Doctor of science (Psychology), professor, head of the chair «applied psychology» HBO FGOBU «Financial University under the Government of the Russian Federation»; *e-mail:* lebedev-lubimov@yandex.ru

MERSIANOVA Irina — PhD (Sociology), Head of the Department of Economics and Management of Nongovernmental Nonprofit Organizations in the Public Administration Faculty at the National Research University «Higher School of Economics», Director of the HSE Center for Research on Civil Society and the Nonprofit Sector, Head of the HSE Laboratory for Interdisciplinary Research on the Nonprofit Sector; *e-mail:* imersianova@hse.ru

NESTIK Timofei — PhD (Psychology), senior researcher of Laboratory of Social and Economical Psychology, Institute of Psychology of Russian Academy of Sciences; part-time member, Faculty of Psychology of Personality, Psychology Department of Moscow State University; *e-mail:* nestik@gmail.com

OBOZNOV Aleksander — Doctor of Science (Psychology), professor, head of the laboratory of engineering psychology and ergonomics, Institute of Psychology of Russian Academy of Sciences, professor of Moscow University for the Humanities; *e-mail:* aao46@mail.ru

PAKHOMOVA Elena — PhD (Economics), senior researcher of HSE Center for Research on Civil Society and the Nonprofit Sector; *e-mail:* epakhomova@hse.ru

PATOSHA Olga — PhD (Psychology), associate professor in the chair of Organizational Psychology at the National Research University «Higher School of Economics»; *e-mail:* o.patosha@hse.ru

POZNYAKOV Vladimir — Doctor of Science (Psychology), l.r. of Institute of psychology of Russian Academy of Sciences, professor of Moscow University for the Humanities; *e-mail:* pozn_v@mail.ru

SASHINA Maria — master student of National Research University «Higher School of Economics»; *e-mail:* asashina@hse.ru

SHLYAKHOVAYA Elena — Postgraduate of Institute of psychology of Russian Academy of Sciences; *e-mail:* elena_shlyakhovaya@yahoo.com

SNEGOVAYA Maria — PhD Student, Columbia University in the City of New York; *e-mail:* snegovaya@gmail.com

SOLOMAKHA Irene — PhD student, Institute of Psychology of Russian Academy of Sciences; *e-mail:* isolomaha@gmail.com

SUMAROKOVA Vera — PhD (Psychology), Russian State Trade-Economic University; *e-mail:* kaf_English@mail.ru

TABKHAROVA Seseg — PhD (Psychology), Specialist in «Svyaznoy»; *e-mail:* stabkharova@yandex.ru

TATARKO Alexander — PhD (Psychology), associate professor in the chair of Organizational Psychology at the National Research University «Higher School of Economics»; *e-mail:* tatarko@yandex.ru

ZINCHENKO Vladimir — Academician of the Russian Academy of Education, Doctor of science (Psychology), ordinary professor of National Research University «Higher School of Economics», chair of psychophysiology, honorary member of the American Academy of Arts and Sciences, laureate of the Prize of Education of the Russian government; *e-mail:* vzinchenko@hse.ru

ZHURAVLEV Anatoly — Corresponding Member of Russian Academy of Sciences, Doctor of science (Psychology), Director of the Establishment of the Russian Academy of Sciences Institute of Psychology; *e-mail:* adm3@psycol.ras.ru

YAKIMETS Vladimir — Doctor of science (Sociology), senior researcher of Institute for Information Transmission Problems of Russian Academy of Sciences, professor of the Moscow Physical-Technical Institute, senior researcher of HSE Center for Research on Civil Society and the Nonprofit Sector (2010–2011); *e-mail:* iakimets@mail.ru

Научное издание

Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества

Ответственные редакторы:
А.Б. Купрейченко, И.В. Мерсиянова

Верстка *М.П. Малашук*
Корректор *И.Е. Кроль*
Редактор *М.С. Рождественская*

Подписано в печать 01.10.2013 Формат 60×88 1/16.
Печать офсетная. Бумага офсетная № 1.
Гарнитура NewtonC. Печ. л. 35.25.
Тираж 1000 экз. Заказ № 87

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20
Тел.: 8 (495) 623-88-03

Отпечатано в ООО «Верже-РА»
127055, Москва, ул. Новослободская, д. 31, стр. 4.
Тел.: (495) 363-6155, 727-0008.