

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

УДК 316.627

А. Л. Свенцицкий, Т. В. Казанцева

ПОВСЕДНЕВНОЕ ПРОСОЦИАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЛИЧНОСТИ КАК НАКОПЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА¹

Санкт-Петербургский государственный университет, Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Статья посвящена рассмотрению связей между повседневным просоциальным поведением личности и накоплением ее социального капитала. Приводятся определения понятий, теоретический анализ личностных и ситуационных факторов просоциального поведения. Отмечается наличие сильной связи между степенью включенности индивида в ситуацию помощи другому и социальной сети позитивных взаимоотношений этого индивида. Именно богатство таких взаимосвязей является мерилем социального капитала личности. Представлены результаты исследования, которые позволили выделить 12 тактик накопления социального капитала и сделать выводы о сравнительной приемлемости этих тактик и частоте использования для разных категорий людей. Библиогр. 11 назв. Табл. 4.

Ключевые слова: просоциальное поведение, социальный капитал, факторы просоциального поведения, социальная сеть, тактики накопления социального капитала.

EVERYDAY PROSOCIAL BEHAVIOR OF PERSONALITY AS ACCUMULATION OF SOCIAL CAPITAL

A. L. Sventsitskiy, T. V. Kazantseva

St. Petersburg State University, 7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

The article deals with the connections between everyday prosocial behavior of a given person and the accumulation of their social capital. The definitions of these concepts, personal and situational factors of prosocial behavior are discussed. There is a strong correlation between the extent of one's social involvement into helping others and social network of positive interrelations of this individual. The wealth of such interrelations is a measure of personal social capital. The article presents the results of the research, in which 12 tactics of social capital accumulation were identified, and their comparative acceptability and frequency of application by various categories of people were studied. Refs 11. Tables 4.

Keywords: prosocial behavior, social capital, factors of prosocial behavior, social net, tactics accumulation of social capital.

Постановка проблемы и ее современное состояние

Известно, что обоснованный анализ любой научной проблемы должен включать в себя прежде всего определение понятий, используемых автором. Поскольку в данной работе мы обращаемся к понятию просоциального (или помогающего) по-

¹ Исследование поддержано грантом РГНФ № 14–06–00662.

ведения, которое широко используется сейчас в мировой психологической науке, начнем с его определения. Заметим, к слову, что до последнего времени это понятие вообще не использовалось в отечественной психологии. Отсутствует оно и в таком современном и авторитетном российском издании как «Большой психологический словарь» под редакцией Б. Г. Мещерякова и В. П. Зинченко.

Что касается западных (американских) учебников по социальной психологии, то понятие «просоциальное поведение» стало в них рассматриваться с начала 1980-х годов. В самом широком смысле просоциальное поведение обычно понимается как совокупность неких добровольных действий индивида, направленных на благо другого или какого-либо социума в целом (противоположным по своему значению является поведение, называемое антисоциальным). Интересно отметить, что научное изучение просоциального поведения началось значительно позднее, чем изучение поведения антисоциального.

Содержание понятия «просоциальное поведение» понимается западными психологами как в узком, так и в более широком смысле. В первом случае речь идет о «чистом» альтруизме и различных проявлениях доброты [1]. Однако чаще просоциальное поведение рассматривается гораздо шире как «кооперативное по своей природе» [2, р. 608] и включающее в себя не только альтруизм, но и дружбу, помощь окружающим людям, сотрудничество, аффилиацию. Итак, возможны те или иные просоциальные действия, которые по сути не являются альтруистическими. В некоторых западных психологических словарях встречается определение такого своеобразного понятия как реципрокный (то есть взаимный альтруизм) [2–3]. Имеются в виду ситуации, когда поведение индивида основано на его предположении о том, что сегодняшняя поддержка им другого индивида будет завтра вознаграждена соответствующим образом. Ответное вознаграждение может исходить как от данного индивида, так и от членов «его» группы.

Очевидно, что любое поведение индивида может являться следствием его личностных характеристик или каких-либо ситуационных факторов, а точнее говоря, определенным сочетанием первых и вторых в рассматриваемый момент. Обзоры работ современных американских психологов показывают, что главными личностными факторами просоциального поведения называются эмпатия, склонность к альтруистическому поведению, ценностная ориентация на кооперацию, социальная ответственность, внутренний локус контроля и низкий уровень эгоцентризма. Отмечается также, что позитивные или негативные эмоциональные состояния личности могут в первом случае способствовать просоциальному поведению, а во втором — тормозить его [4–5]. По-видимому, степень готовности человека прийти другому на помощь различна в тех случаях, когда он находится в жизнерадостном состоянии или, наоборот, переживает депрессию. Есть основания полагать, что позитивные эмоции активизируют позитивный взгляд и на себя, и на других людей. Отсюда вытекает и мотивация помогающего поведения.

Правда, есть данные о том, что нередко в большей степени стремятся помочь другим люди, находящиеся именно в негативных эмоциональных состояниях [6]. Однако связь между такими состояниями и помогающим поведением не является постоянной и сильной, такой как связь между позитивными эмоциональными состояниями и помогающим поведением.

Различные проявления просоциального поведения зависят также и от многообразных специфических факторов рассматриваемой ситуации, и от характера необходимой при этом помощи. К числу ситуационных факторов относится прежде всего присутствие в данном случае других людей, следствием чего у каждого возникает предположение о том, что кто-то из них обязательно окажет помощь нуждающемуся в ней. Это явление называется в психологии диффузией ответственности. В данном случае необходимость помощи «распределяется» между всеми свидетелями ситуации. В отсутствие же других людей человек может явственно чувствовать свою индивидуальную ответственность за судьбу того, кто нуждается в помощи.

Среди ситуационных факторов просоциального поведения, направленного на помощь другим людям, называют также физические условия окружающей среды, наличие у человека времени, требующегося на оказание помощи, и даже порой величину города как места рассматриваемой ситуации. Так, американские данные свидетельствуют о том, что люди, живущие в небольших городах, более склонны к помощи другому человеку во многих ситуациях, нежели жители больших городов. Однако, как говорится при этом, не следует делать вывод о том, что маленькие города наделяют своих обитателей более высоким уровнем альтруизма и, наоборот, жители больших городов становятся более черствыми. Считается, что переполненность, шумность, беспокойность той среды, в которой люди вырастают, препятствуют проявлениям помощи с их стороны [7].

Однако более важным фактором, нежели место, где воспитывался человек, называется влияние его родителей, поведение которых служило моделью альтруизма и прививало заботу о благополучии всех других людей, а не только членов «своих» групп [8].

Еще одним фактором так называемого помогающего поведения является именно желание оказать другому человеку соответствующую помощь. По своей сути та или иная помощь другому представляет собой своеобразную реакцию на какую-либо его потребность, может быть, порой даже не высказанную. Так, нередко человек помогает женщине с детской коляской войти в помещение или выйти из него, уступает свое место в общественном транспорте престарелому, поднимает упавшую вещь другого. При этом очевидно, что любой из нас склонен чаще помогать своим родственникам, друзьям и знакомым. Какое-либо сходство человека (пусть даже предполагаемое) с другим также влияет на желание первого оказать соответствующую помощь. Мы особенно стремимся помогать людям, которых рассматриваем как членов «своей» группы. Еще одним важным фактором, характерным для помогающего поведения какого-либо человека, является осознание им своей способности прийти на помощь, что обычно связывается с его высокой самооценкой и наличием соответствующих умений, необходимых в данной ситуации [7]. Так, не умеющий плавать человек вряд ли бросится спасать тонущего, а тот, кто не обладает определенными навыками, не возьмется делать пострадавшему искусственное дыхание. Это относится и к другим умениям, соответствующим какой-либо рассматриваемой ситуации.

Наконец, в числе факторов, обуславливающих помогающее поведение, называется «степень социальной включенности» индивида в данную ситуацию [9]. Обнаружена сильная связь между включением индивида в ситуацию помощи другому и его социальной сети многообразных взаимоотношений. Человек может быть членом своего семейного круга, ряда формальных и неформальных организаций, приятеле-

лем, соседом, компаньоном и т. д. Чем больше социальных ролей выполняет человек в своей жизни, тем больше он имеет побуждений к различным видам оказания помощи другим людям. Именно это обстоятельство, конечно, наряду с указанными выше, в значительной степени обуславливает просоциальное поведение индивида. Иначе говоря, речь идет о наличии взаимозависимости между социальным капиталом личности и ее просоциальным поведением.

Понятие социального капитала в настоящее время все шире входит в научный оборот и используется в работах социологов, психологов и экономистов. Под социальным капиталом вообще понимается совокупность взаимосвязей между индивидами, составляющими в целом своеобразную сеть, что позволяет им пользоваться различными материальными и нематериальными ресурсами партнеров.

Западные исследователи сосредоточиваются в основном на проблемах социального капитала в различных общественных системах и человеческих общностях (социальных слоях, классах, категориях, группах). При этом социальный капитал рассматривается как наиболее существенное, а не частное благо, то есть приносящее пользу не только тем, кто пытается реализовать этот капитал, но и всем, кто входит в состав соответствующей структуры [10]. Однако мы полагаем, что с целью разностороннего подхода к проблемам социального капитала целесообразно обратить особое внимание на феномен социального капитала отдельной личности. Мерилом такого капитала выступает богатство позитивных социальных связей данной личности. Если у того или иного человека имеется много знакомых, доброжелательно настроенных по отношению к нему, то вполне можно сказать, что этот человек обладает своеобразным богатством — социальным капиталом. Наличие такого капитала подразумевает возможность индивида не только обратиться ко многим другим за помощью, но также каким-либо образом поддержать того или иного из участников своей социальной сети.

Главная задача настоящего исследования состояла в том, чтобы выявить связи между элементами повседневного просоциального поведения личности и накоплением ее социального капитала. Сюда входило также определение способов накопления такого капитала, используемых индивидом для завоевания расположения других людей, создание своего окружения и укрепления межличностных связей в повседневном общении.

Процедура исследования и методы сбора первичной информации²

В рамках данного исследования прежде всего было проведено пилотажное интервьюирование (32 чел.) с целью выявления представлений индивида о своем социальном окружении, его структуризации. Интервью охватило жителей Санкт-Петербурга, мужчин и женщин в возрасте до 30 лет, имеющих высшее образование и работающих в различных организациях. Вопросы интервью позволяли обнаружить степень уровня важности для индивидов своего социального капитала, в частности то, насколько привычно для них рассчитывать на взаимопомощь в пределах своего социального окружения и оказывать помощь, опираясь также на родствен-

² В исследовании принимали участие сотрудники кафедры социальной психологии А. Л. Свенцицкий, Л. Г. Почебут, Л. В. Марарица, Т. В. Казанцева, И. В. Кузнецова.

ные или дружеские связи, степень активности и доверчивости личности в ходе накопления своего социального капитала, ее отношение к норме взаимности.

Данные пилотажного интервьюирования обнаружили, что частота общения респондентов не связана прямо со степенью близости к людям из своего окружения и степенью доверия к ним. Конечно, такой вариант интервью следует рассматривать как поисковый, так как трудно выделить показатели, по которым возможно сравнение ответов респондентов.

На основе полученных данных были определены вопросы для последующего нестандартизованного интервьюирования 137 жителей Санкт-Петербурга, в возрасте от 17 до 65 лет, работающих в разных сферах (производство, образование, управление, безопасность, торговля). Респондентов просили рассказать о трех ситуациях, в которых им было необходимо расположить другого человека к себе. Особое внимание уделялось тому, как именно они это делали, какие использовали приемы или наблюдали их у других людей. Таким образом, было выделено и описано 12 тактик, которые используются людьми в указанных целях в повседневном взаимодействии с другими. Представим эти тактики накопления социального капитала:

1. «Выражение симпатии» — демонстрация своего расположения, симпатии, инициатива при знакомстве (например, «пригласил в гости», «сделал первый шаг»).

2. «Самопрезентация» — демонстрация партнеру своих лучших качеств, знаний и умений. Работа над своим имиджем, внешним видом (например, «играл на гитаре», «прилично оделась»).

3. «Эмпатия и внимание» — демонстрация внимания, заинтересованности в личности партнера, событиях его жизни, мнении; уважение и эмпатия (например, «с интересом выслушать человека», «относиться с уважением к его мнению»).

4. «Подкуп» — попытки задобрить или подкупить партнера (взятки, подарки, лесть), манипуляции (например, «строила из себя дурочку», «обращалась с рабочими-таджиками как с “равными”»).

5. «Открытость» — открытие себя перед другим человеком, своих намерений, отношения, чувств (например, «рассказали друг другу много личного», «вели себя как со старыми знакомыми»).

6. «Со-действие» — поиск и создание общего дела, участие в деятельности партнера, сотворчество (например, «находил общие дела», «интересное обсуждение»).

7. «Уникальный контакт» — попытка запомнить даже незначительные детали, касающиеся этого человека, выделение его среди других, подчеркивание уникальности своего отношения к этому человеку (например, «отыскал ботинки для его ребенка»).

8. «Разведка» — выяснение особенностей партнера, его взглядов, интересов, желаний, мотивов для того, чтобы выстроить свое поведение (например, «пытался понять мотивацию»).

9. «Помощь» — оказание реальной помощи партнеру, отклик на просьбу (например, «предложил помощь в решении проблемы»).

10. «Мост» — выход на контакт с интересующим Вас человеком посредством связей, своих знакомых, по протекции, по рекомендации (например, «попросил знакомого представить меня», «заводил общих друзей»).

11. «Общность» — поиск того, что объединяет Вас с другим человеком, в чем вы как партнеры похожи: общие интересы, пристрастия (например, «любим одно кино»).

12. «Напоминание о себе» — использование различных способов и предложений напомнить о себе (например, «поздравил с Новым годом», «старался чаще видеть»).

На основе данных интервью и представлений об этих тактиках была разработана анкета «Тактики накопления социального капитала» [11]. В ее основе лежит идея о том, что каждый день мы предпринимаем различные действия по укреплению отношений с другими людьми, причем выбор этих действий-тактик, безусловно, зависит от особенностей человека (нашего респондента) и ситуации взаимодействия. Анкета включает в себя 12 утверждений, каждое из которых соответствует определенной тактике накопления социального капитала, иначе говоря, способу, которым пользуется индивид для завоевания расположения других людей, создания своего окружения, укрепления межличностных связей в повседневном общении. Респонденту предлагалось оценить частоту использования каждой из 12 тактик в различных ситуациях взаимодействия: с друзьями, членами семьи, коллегами, малознакомыми людьми. Частота использования той или иной тактики в каждой из ситуаций межличностного взаимодействия оценивалась по 5-балльной шкале от «никогда» до «всегда». Предпочтительность тактики накопления социального капитала подсчитывалась как сумма выбранных оценок для данной тактики во всех предложенных ситуациях взаимодействия.

Результаты и обсуждение

Данные опроса показали, что респондент относит к своему социальному окружению, в среднем, 111 человек (при минимуме — 5 чел., максимуме — 585 чел.). Однако круг непосредственного общения респондентов колеблется от 4 до 200 чел. (среднее — 26,2, стандартное отклонение 33,2). Круг людей, к которым можно обратиться за помощью и поддержкой, составляет от 1 до 35 чел. (среднее — 6,7 чел., стандартное отклонение 5,9).

Важно подчеркнуть, что объемы круга доверия и круга поддержки практически совпадают. Кроме того, между ними обнаруживается высокая значимая положительная корреляция ($r_s = 0,61$ при уровне значимости $p < 0,01$). Интересен факт отсутствия связи между этими кругами и кругом общения индивида (соответствующие r_s равны 0,116 и 0,176, т. е. не значимы).

Удовлетворенность респондентов взаимоотношениями с членами своего круга оказывается чаще всего связанной с диапазоном их контактов (то есть с разнообразием «внешних» связей, иначе говоря, с тем, что человек относится к возможности своих контактов как к своеобразной ценности). При этом он приписывает себе более активное и доброжелательное отношение к другим людям и способен лучше прогнозировать их поведение. Итак, оказалось, что именно диапазон социальных контактов дает людям наибольшее преимущество по сравнению с качеством взаимоотношений и объемом социального окружения. Однако эти выводы целесообразнее рассматривать как гипотезу, нуждающуюся в тщательной проверке на различных выборках [11].

Последующее анкетирование охватило 101 человека в возрасте от 24 до 30 лет (среднее 27,44, стандартное отклонение 2,04), из них 55 женщин и 46 мужчин. Все

респонденты имеют высшее образование и работают на момент проведения исследования. После первоначального анализа данных выборка была сокращена до 94 человек (43 мужчины и 51 женщина), исходя из критерия полноты ответов на вопросы анкеты. Таким образом, выборку можно считать гомогенной по уровню образования, возрастной категории и уравненной по полу. Работающая молодежь была взята нами не случайно, так как мы полагаем, что это возраст активного накопления социального капитала.

Данные опроса по анкете «Тактики накопления социального капитала» позволяют, прежде всего, сделать выводы об их сравнительной приемлемости, частоте использования для разных категорий людей из окружения респондента. Эти данные говорят о том, что частота использования практически всех тактик расположения других людей к себе, завязывания контактов максимальна по отношению к близким и любимым и минимальна по отношению к малознакомым людям (за исключением поиска контакта с «нужным» человеком через общих знакомых и тактик «само собой»). Это вполне логичный результат. Действительно, устанавливать, сохранять, поддерживать и развивать отношения важнее всего с любимыми людьми, затем с близкими родственниками и друзьями, потом с коллегами, своим руководителем и подчиненными (если они есть) и только затем с малознакомым людьми.

Распределение оценок респондентов по тактикам накопления социального капитала подчиняется законам нормального распределения (по критерию Колмогорова-Смирнова). Оказалось, что тактика «помощь» статистически значимо чаще указывается респондентами, чем любая другая, что может говорить, в том числе, и о социальной желательности подобного поведения, о стремлении видеть себя помогающим людям или выглядеть подобным образом в глазах окружающих, возможно. Из всех 12 тактик респонденты (по их мнению) чаще всего оказывают помощь, откликаются на просьбу, причем эти различия по критерию Уилкоксона остаются значимыми даже с учетом поправки на множественность сравнений Бонферрони (то есть для $p \leq 0,004$). Среди наименее используемых оказались такие тактики как «открытость», «мост» и «подкуп».

Данные обрабатывались при помощи корреляционного анализа (коэффициент корреляции Спирмена). Оказалось, что большинство используемых респондентами тактик коррелируют друг с другом. Это может говорить о том, что за большинством тактик стоит некий общий фактор «готовности прилагать усилия (и их оценки) для накопления социального капитала». Здесь особый интерес вызвало такое просоциальное поведение как оказание помощи другому человеку, что наши респонденты еще на этапе формулирования тактик называли одним из способов накопления социального капитала, и это вполне согласуется с классической теорией просоциального поведения.

Решая задачу исследования фактора или, возможно, нескольких факторов, стоящих за предпочтением тех или иных повседневных практик накопления социального капитала личности, мы обратились к поисковому факторному анализу. Тест КМО (0,901) и тест сферичности Бартлетта (хи-квадрат 664,186, $df = 66$, значимость $p \leq 0,001$) говорят об адекватности применения факторного анализа к нашим данным. Общности и объясненная моделью дисперсия представлены в табл. 1 и 2 соответственно.

Таблица 1. Общности для переменных факторного анализа

№	Переменные (тактики)	Изначальная общность	Извлеченная общность
1.	Самопрезентация	,624	,723
2.	Эмпатия и внимание	,596	,669
3.	Открытость	,553	,630
4.	Помощь	,709	,851
5.	Выражение симпатии	,689	,780
6.	Мост	,333	,458
7.	Общность	,623	,731
8.	Напоминание о себе	,611	,722
9.	Со-действие	,582	,646
10.	Разведка	,568	,629
11.	Уникальный контакт	,591	,658
12.	Подкуп	,667	,749

Примечание: Метод наименьших обобщенных квадратов.

Как мы видим (табл. 2), по критерию Кайзера выделяются два фактора с собственными значениями выше единицы. Критерий доли воспроизводимой дисперсии также можно считать удовлетворительным. Показатели качества модели (*goodness-of-fit test*) таковы: хи-квадрат 51,167, $df = 43$, значимость 0,184, что говорит о том, что модель может быть принята и описывает структуру данных. Это двухфакторное решение воспроизводится и при других методах извлечения, что свидетельствует о его устойчивости.

Таблица 2. Общая объясненная дисперсия

Фактор	Изначальные собственные значения			Собственные значения после извлечения			Собственные значения после вращения		
	Всего	% дисперсии	Кумулятивный %	Всего	% дисперсии	Кумулятивный %	Всего	% дисперсии	Кумулятивный %
1	6,156	55,964	55,694	5,834	53,032	53,032	3,766	31,385	31,385
2	1,252	11,380	67,344	,930	8,457	61,488	3,245	27,046	58,431
3	,855	7,776	75,120						
4	,544	4,949	80,069						
5	,443	4,027	84,096						
6	,394	3,578	87,673						
7	,362	3,289	90,962						
8	,305	2,773	93,735						
9	,284	2,580	96,316						
10	,234	2,127	98,442						
11	,171	1,558	100,000						

Примечание: Метод наименьших обобщенных квадратов.

В табл. 3 представлены нагрузки по выделенным двум факторам.

Таблица 3. Факторные нагрузки после вращения

Переменные (тактики)	Фактор	
	1	2
Самопрезентация	,420	,662
Эмпатия и внимание	,755	,225
Открытость	,675	,326
Помощь	,890	,202
Выражение симпатии	,705	,418
Мост	,001	,533
Общность	,297	,788
Напоминание о себе	,284	,774
Со-действие	,515	,562
Разведка	,449	,601
Уникальный контакт	,671	,254
Подкуп	,661	,479

Примечания: Метод наименьших обобщенных квадратов. Метод вращения варимакс.

Первый из рассматриваемых нами факторов объединяет тактики, ориентированные на другого человека, такие как «помощь», «эмпатия и внимание», «выражение симпатии», «открытость», «уникальный контакт» и «подкуп». Второй — тактики расположения к себе, связанные с успешной презентацией, представлением себя другому. В него вошли: «общность», «напоминание о себе», «самопрезентация», «разведка», «со-действие» и «мост». Можно говорить о том, что полученная факторная модель хорошо интерпретируется и отражает традиционное для социальной психологии разделение на ориентацию на других и на себя при повседневном общении. При накоплении социального капитала человек может действовать в интересах другого, проявляя внимание, заботу и открытость, а может стараться представить себя наилучшим образом, собирая для этого информацию о партнере, демонстрируя свои сильные качества, напоминая о себе, объединяясь с другими через общую социальную или групповую идентичность или в совместном деле.

Видно (см. табл. 3), что среди тактик, ориентированных на другого человека, наибольшую значимость имеют такие как «помощь», «эмпатия и внимание», «открытость», «уникальность контакта» и, наконец, «подкуп» (попытки склонить на свою сторону какими-либо подарками, деньгами).

Среди тактик расположения к себе, т. е. относящихся ко второму фактору, наибольшей значимостью обладают такие как «общность», «самопрезентация», «разведка» (в данных случаях изучение другого человека с какой-либо целью), «со-действие» и, наконец, «мост».

Исследование половозрастных особенностей использования тактик накопления социального капитала личности показало, что женщины статистически значительно чаще прибегают к таким тактикам как «выражение симпатии» и «подкуп» (уровень значимости с учетом поправки Бонферрони $p \leq 0,004$ (см. табл. 4)).

Таблица 4. Частота использования той или иной тактики в зависимости от пола (приведены данные только для значимых различий по t-критерию Стьюдента)

Тактики накопления социального капитала, используемые личностью	Среднее значение		t-критерий равенства средних		
	Мужчины N = 43	Женщины N = 51	Значение t	Степень свободы	Значимость
Выражение симпатии	22,67	26,04	-3,114	92	,002
Подкуп	18,16	21,67	-3,411	92	,001

Таким образом, предпочтение той или иной тактики накопления социального капитала значимо связано с полом. Вопрос о возможной связи между выбором какой-либо тактики индивидом и характером его профессии также заслуживает внимания и, пока оставаясь открытым, будет поставлен в одной из наших последующих работ.

Наше положение о том, что повседневное просоциальное поведение личности обуславливает накопление ее социального капитала, конечно, нуждается в дальнейшей разработке и соответствующих исследованиях. Важность рассматриваемой проблематики состоит в том, что просоциальное поведение является не только одной из основ социального капитала каждой личности и различных групп людей, но и служит целям формирования гражданского общества.

Выводы и заключение

1. Наличие социального капитала личности подразумевает не только ее возможность обратиться ко многим другим за помощью, но и каким-либо образом поддержать того или иного из участников своей социальной сети взаимосвязей.

2. На основе данных опроса можно выделить различные тактики, используемые людьми для накопления своего социального капитала в повседневном взаимодействии с другими. Эти тактики отличаются широким разнообразием.

3. Тактика «помощь» статистически значимо чаще указывается респондентами, чем любая другая, что может говорить о социальной желательности подобного поведения, о стремлении видеть себя помогающим людям. Среди наименее используемых тактик оказались такие как «открытость», «мост» и «подкуп».

4. Полученная нами факторная модель отражает традиционное для социальной психологии выделение двух ориентаций: на других и на себя.

5. Имеющиеся данные свидетельствуют о значимости для личности возможностей поддержать участников «своей» социальной сети, демонстрируя просоциальное поведение, и также обратиться к ним за помощью в случае необходимости.

Литература

1. Kenrick D. T., Neuberg S. L., Cialdini R. B. Social Psychology: Unraveling the Mystery. Boston, MA: Allyn and Bacon, 2002. 642 p.
2. Reber A. S. The Penguin Dictionary of Psychology. London: Penguin Books, 1995. 880 p.
3. Colman A. M. A Dictionary of Psychology. Oxford: Oxford University Press, 2002. 844 p.
4. Baron R. A., Byrne D., Branscombe N. R. Social Psychology. Boston, MA: Pearson Education, 2006. 654 p.

5. *Breckler S. J., Olson J. M., Wiggins E. C.* Social Psychology Alive. Belmont, CA: Thomson Learning, 2006. 667 p.
6. *Carlson M., Miller N.* Explanation of the Relation Between Negative Mood and Helping // Psychological Bulletin. 1987. Vol. 102. P. 91–108.
7. *Deaux K., Dane F. C., Wriggsman L. W.* Social Psychology in the 90s. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole Publishing Company, 1993. 499 p.
8. *Fogelman E., Wiener V. L.* The Few, the Brave, the Noble // Psychology Today. 1985. August. N 8. Vol. 19. P. 61–65.
9. *Amato P. R.* Personality and Social Network Involvement as Predictors of Helping Behavior in Everyday life // Social Psychology Quarterly. 1990. Vol. 53. P. 31–43.
10. *Coleman J. S.* Foundations of Social Theory. Cambridge: MA: Belknap Press, 1994. 374 p.
11. Социальный капитал личности / Почебут Л. Г., Свенцицкий А. Л., Марарица Л. В., Казанцева Т. В., Кузнецова И. В. М.: ИНФРА-М, 2014. 250 с.

Статья поступила в редакцию 12 марта 2015 г.

Контактная информация

Свенцицкий Анатолий Леонидович — доктор психологических наук, профессор; social@psy.spbu.ru
Казанцева Татьяна Валерьевна — кандидат психологических наук, старший преподаватель;
tatakaz@mail.ru

Sventsitskiy Anatoliy L. — Doctor of Psychology, Professor; social@psy.spbu.ru

Kazantseva Tatiana V. — Candidate of Psychology, Senior lecturer; tatakaz@mail.ru