

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.21684/2587-8484-2018-2-4-20-29

УДК 662.5

Ценностные установки в контексте социального капитала населения региона

Татьяна Анатольевна Гужавина¹, Ирина Николаевна Воробьева²

¹ кандидат философских наук, доцент, ведущий научный сотрудник,
Вологодский научный центр РАН (г. Вологда, РФ)
tanja_gta@mail.ru

² кандидат социологических наук, доцент
кафедры социологии и социальных технологий,
Череповецкий государственный университет (г. Череповец, РФ);
Государственный аграрный университет Северного Зауралья (г. Тюмень, РФ)
vorobuova-i-n@ail.ru

Аннотация. Социальный капитал привлекает внимание исследователей в контексте происходящих трансформационных изменений. При его изучении обращают на себя внимание структурные компоненты, среди которых выделяются ценности. Они выступают основанием для формирования социальных отношений. Ценности имеют большое значение для социально-экономического развития наряду с культурными нормами и доверием. Кроме того, ценности рассматриваются как один из возможных индикаторов измерения социального капитала. Цель данной статьи — показать роль и значение ценностных установок в системе построения индикаторной модели социального капитала. Исследование проведено специалистами Вологодского научного центра РАН на территории Вологодской области. В ходе исследования были выделены носители социального капитала разного типа, а также различия в их ценностных установках. Одни являются носителями установок патерналистского характера, ориентирующего их на стремление к стабильности, на боязнь перемен. Это потенциальная группа по сопротивлению любым изменениям. Другие являются активом, катализатором изменений, внедрения всего нового, они способствуют как развитию новых технологий и управленческих решений в организации, так и успешности социально-экономического развития региона. Следовательно, блок ценностных установок является значимым индикатором измерения социального капитала и необходим при комплексном изучении социального капитала страны, региона. Подтвердилась продуктивность исследования социального капитала на основании выделения его типов. Полученные данные могут быть использованы управленцами — практиками, исследователями, а также в образовательной деятельности. Исследовательская методика, апробированная в условиях двух регионов Северо-Западного федерального округа, доказала свою валидность и может быть применена для получения и анализа данных в других регионах страны. Данная методика применима и в деятельности менеджмента корпораций и организаций.

Ключевые слова: социальный капитал, ценностные установки, измерение, индикаторная модель, адаптация, ответственность, готовность к объединению.

Цитирование: Гужавина Т. А. Ценностные установки в контексте социального капитала населения региона / Т. А. Гужавина, И. Н. Воробьева // Siberian Socium. 2018. Том 2. № 4. С. 20-29.
DOI: 10.21684/2587-8484-2018-2-4-20-29

ВВЕДЕНИЕ

Происходящие в последние десятилетия в мире социальные трансформации влекут за собой значительные изменения в ментальности населения России. Исследователи отмечают зависимость распространения тех или иных ценностей от уровня развития общества, от тенденций в направленности происходящих социальных процессов. Особенно это заметно в связи с модернизационными процессами, имеет значение и уровень развития экономики, степень демократизации общества. На эту взаимосвязь указывал в своих исследованиях Р. Инглхарт [14]. Ценности имеют большое значение для социально-экономического развития наряду с культурными нормами. В своей совокупности они служат основой формирования социальных отношений, частью которых выступает социальный капитал.

Социальный капитал стал привлекать внимание исследователей в связи с пониманием роли и значения для развития неэкономических факторов наряду с экономическими. Получило распространение мнение о том, что причина отставания российских реформ, их неэффективность связана во многом с настроениями, с состоянием общества, которое не в полной мере готово к ним [6].

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ АНАЛИЗА

Концепция социального капитала имеет глубокие теоретические корни, которые связаны с теорией капитала К. Маркса, теорией социальной солидарности Э. Дюркгейма, обоснованием демократии А. де Токвиля. П. Бурдьё распространил идею капитала на область социальных связей и ввел само понятие для их обозначения. Он предложил понимать под социальным капиталом способ оценки социальной конкуренции и власти в обществе [11]. Мы рассматриваем его как социальную практику, как способ достижения групповой солидарности, как динамичный ресурс, способный к изменению формы. Социальный капитал, как было установлено, играет роль взаимосвязывающего начала, объединяющего другие виды капитала в совокупный капитал. Он обеспечивает взаимодействие и организован-

ность социально-экономических субъектов, способствует процессу их совершенствования.

«Социальный капитал выступает в качестве сетей социальных отношений, основанных на доверии и характеризующихся общими нормами и ценностями и степенью вовлеченности в них людей. Он предстает и в качестве полезных внешних эффектов и результатов, генерируемых социальным взаимодействием в рамках этих сетей и ассоциаций»[1]. Отсюда вытекает возможность определить характеристики его ресурсов, как и факторы формирования социального капитала.

Будучи достаточно сложно организованным феноменом, социальный капитал имеет свою структуру. Логически можно выделить следующую совокупность его компонентов и индикаторов: структурную и когнитивную составляющие. Первая отражает взаимосвязь носителей социального капитала с теми или иными социальными структурами, вторая характеризует степень их доверия к другим людям, способность консолидироваться с ними и возможность воздействовать на происходящие события.

Можно выделить определенные свойства социального капитала. В известной мере они схожи с характеристиками человеческого капитала. Вместе с тем основной спецификой социального капитала выступает его реализация в социальных отношениях людей. Важно, что в результате использования данного вида капитала происходит его увеличение.

Развитие концепции социального капитала привело к необходимости выявления типов собственно самого социального капитала. Теоретические поиски в этом направлении оказались продуктивны. Р. Д. Патнэм в ходе своего анализа обратил внимание на внешние связи агентов. Он ввел понятие *соединяющего* (англ. bridging) социального капитала (или *открытого* социального капитала), который чаще ориентирован на обеспечение взаимосвязи между людьми, относящимися к различным общественным группам [16, 17]. Иной его тип — *охватывающий* (*закрывающий*) — направлен на внутригрупповые взаимосвязи, что способствует усилению идентичности и гомогенности в данной группе [17]. М. Вулкок

дополнил классификацию, предложенную Р. Патнэмом, включив туда *объединяющий* (linking) тип социального капитала. Данный тип возникает, когда разные члены одного сообщества, оказываясь в незнакомой ситуации, объединяют свои ресурсы (феномен землячества) [18]. Среди отечественных исследователей социального капитала выделение открытого и закрытого его типов стало устойчивой практикой [1, 6].

Выделение типов капитала имеет большое значение для его изучения. В частности, доминирование определенного его типа формирует определенный тип социальных отношений, оказывает влияние на структурные характеристики общества, тормозит или способствует его развитию [10].

Для формирования того или иного типа социального капитала имеют значение те ценностные основания, которые ложатся в его основу. Исследователями была установлена взаимосвязь между ценностями и социальным капиталом. Этому аспекту уделили внимание в своих исследованиях не только зарубежные, но и российские авторы [5, 15]. На роль и значение культуры и ее ценностей в развитии общества и формировании социального капитала обратил внимание и Ф. Фукуяма [8]. Ценности оказывают существенное влияние на формирование взаимовыгодного поведения индивидов, обеспечивают их взаимодействие, создают условия для коллективного поведения. На социальный капитал благоприятно влияют ценности, ориентирующие на объединение, на взаимопомощь и солидарность.

Одной из проблем при изучении социального капитала является проблема его измерения. Единый подход к формированию используемых для этого показателей в настоящее время еще не сложился.

В процессе анализа получаемой информации при изучении социального капитала мы выделяем ряд переменных, отражающих следующие операциональные понятия: «...доверие, сети, ценности и нормы, солидарность, возможность влиять на положение дел. Данные переменные раскрываются через систему социальных индикаторов, которые в совокупности своей образуют

когнитивную модель, позволяющую получить в систематизированном виде информацию об изучаемом явлении» [1]. Данные индикаторы соответствуют гипотезе исследования и имеют ценностное содержание. Ценности представляют собой определенный тип регулятивных отношений. По мнению Р. Нуреева, они возникают в условиях сложного институционального выбора [4]. Институциональный контекст задает направление формирования типа человека, являющегося носителем ценностей. В нашем случае интерес представляет наблюдение трансформации ценностей в границах переживаемых российским обществом трансформационных процессов. Трансформация ценностей находит свое отражение в тех или иных социальных установках индивида, выявить которые возможно в процессе исследований. Целью данной статьи является попытка обозначить роль и значение ценностных установок в системе построения индикаторной модели социального капитала.

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

При эмпирическом измерении социального капитала мы будем выделять два его вида: *закрытый* — основанный на закрытых (ближних) связях и узком круге доверия — и *открытый* — реализующий более масштабные связи и соответствующую им область доверия. Отметим, что выделение данных типов является в рамках концепции уже устоявшейся точкой зрения. При измерении социального капитала в систему показателей мы включили: доверие; сети как межличностные неформальные связи; сети как включенность в общественные организации, группы; солидарность, готовность к совместным действиям; ощущение возможности влиять на положение в своем окружении, и шире, ценностные установки [2].

Согласно разработанной с участием авторов индикаторной модели, ее ценностный блок является многокомпонентным и включает в себя несколько разноплановых индикаторов. В него вошли уровень адаптации к изменяющимся социально-экономическим условиям, локус ответственности (внутренний или внешний), общая

готовность объединяться, инновационное поведение [1].

Приведенные ниже результаты базируются на данных опроса населения двух субъектов СЗФО — Вологодской и Псковской областей, проведенного в рамках исследовательского проекта «Региональный социальный капитал в условиях кризиса», реализованного при поддержке РФФИ. Выбор данных субъектов связан с тем, что в структуре СЗФО присутствуют различные по своему статусу субъекты федерации: город федерального значения, республики, области. Есть в составе округа исторические, культурные, промышленные центры. Субъекты СЗФО значительно различаются по своему экономическому положению. Учитывая такое разнообразие, для исследования были выбраны Псковская и Вологодская области, имеющие примерно равное социально-экономическое положение в рейтингах по качеству жизни населения [7]. Респондентами выступили взрослые (старше 18 лет) жители городских поселений (n = 900). Выборочная совокупность была разбита в соответствии с квотами по половозрастному составу населения. Для уменьшения систематических смещений в выборку вносились элементы случайного отбора. Для анализа полученных данных использовались программы SPSS и Excel.

АНАЛИЗ ДАННЫХ

Для решения поставленной задачи на первом этапе были выделены группы респондентов — носителей социального капитала разного типа. Для этого с использованием методов факторного анализа выявлены связи между признаками, включенными в индикаторную модель. Были рассчитаны индексы социального капитала по каждому респонденту, на основании которых они были отнесены к определенному типу [3]. Согласно методике нашего исследования, в соответствии с выявленным уровнем накопленного социального капитала все респонденты были разделены на пять групп. В первую вошли люди с самым низким уровнем (Тип 1), в последнюю — люди с высоким уровнем его накопления (Тип 5). Остальные группы имеют промежуточное значение, согласно общему накопленному

индексу социального капитала по индикаторной модели (Типы 2-4). Исследование показало, что выделенные группы существенно отличаются по базовым индикаторным признакам, таким как доверие, включенность, ответственность, ценностные установки [3].

О валидности представленной системы, включающей 46 индикаторов, свидетельствуют, в частности, существенные различия в ответах респондентов, отнесенных к определенному типу, например 1, 2, 4 и 5. Так, почти половина представителей 1-го типа (48%) считают, что никому нельзя доверять, в то время как из числа респондентов, отнесенных к 4-му типу, этого мнения придерживаются только почти каждый десятый (9%). Также 4% отнесенных к 1-му типу придерживаются мнения, что «большинству знакомых можно доверять»; аналогичный ответ дали 28% респондентов, принадлежащих к 5-му типу.

Рассмотрим первую компоненту — уровень адаптации к изменяющимся социально-экономическим условиям. Постоянно изменяющиеся социально-экономические условия требуют от населения постоянного приспособления, то есть адаптации. По утверждению О. Н. Яницкого, адаптация для населения в нашей стране стала «вечной проблемой» [8]. Показатель уровня адаптации, на наш взгляд, отражает не только гибкость населения и его приспособляемость, но еще и уровень использования сетей, в которые включен данный индивид. Высоко адаптированный человек при попадании в сложную жизненную ситуацию мобилизует все свои контакты, все свое окружение. Зная устойчивость и разнообразность возможностей своего окружения, он более уверен в будущем и быстро ориентируется в нестабильной ситуации, нежели человек, обладающий малым кругом общения и неустойчивыми контактами.

Исследование свидетельствует, что о стабильности и реальной адаптации можно говорить применительно к трети респондентов — 36%. Но среди опрошенных, принадлежащих к группам носителей разного типа социального капитала, наблюдаются существенные различия. Так, среди респондентов четвертой и пятой групп (высокий

и очень высокий уровень социального капитала) таких оказалось 46% и 48% соответственно.

Тех, кто пытается активно приспосабливаться, но кому для этого требуются весьма значительные усилия, мы определяем как «негативно адаптированных». В целом таких 19%. Отметим, что в группах с более высоким уровнем социального капитала количество их незначительно, но больше (20-23% с третьего уровня и 13-15% в первых двух группах). Наиболее показателен выбор последней значимой альтернативы: «Мне удастся использовать новые возможности, добиваться большего в жизни, улучшить благосостояние». Ее отметили в целом по выборке только 4%, тогда как в пятой группе 18% и 7% в четвертой. В первой группе данный выбор отсутствует, что свидетельствует о низких адаптационных возможностях ее представителей.

Значительная доля респондентов, вошедших в первую и вторую группы, с низким уровнем социального капитала, полагают, что в текущих социально-экономических условиях им приходится от многого отказываться, живя в обстановке строгого самоограничения (более 40% опрошенных в первой группе, ровно треть — во второй группе), тогда как среди людей с самым высоким уровнем социального капитала таких оказалось лишь 3%.

В качестве второй компоненты проанализируем локус ответственности респондентов в зависимости от выявленного типа социального капитала. Ответственность обозначает зону контроля, область социального пространства, которые индивид относит к зоне своего влияния. Большинство респондентов ограничивают зону ответственности семейным кругом или контактами в границах производственной деятельности. В ходе анализа имеющихся данных установлено наличие связи типологических особенностей индивида, характеризующих его социальный капитал, с одной стороны, и показателей его ответственности — с другой.

Локус ответственности в индикаторной модели является величиной комплексной, данный индикатор состоит из трех составляющих: локус ответственности за свое материальное положе-

ние, за карьеру, за интересную, насыщенную жизнь. Идея использования данного индикатора заключается в том, что люди, имеющие активную жизненную позицию, предпочитают полагаться на себя при реализации жизненных стратегий. При этом они с оптимизмом смотрят в будущее, расширяют круги общения, предпочитают доверять социальным институтам, что свидетельствует о наличии у них высокого уровня социального капитала. К сожалению, большинство населения, придерживающееся традиционных взглядов, ориентировано на патерналистский настрой, на помощь от государства, работодателя, ближнего окружения, но сами активно не стремятся решать собственные проблемы. Отсюда пессимистический взгляд в будущее и негативное или недоверчивое отношение к переменам, что соответствует низкому уровню социального капитала.

Исследовательская гипотеза по вопросам данного индикатора полностью подтвердилась. Респонденты с высоким уровнем социального капитала имеют внутренний локус ответственности. 73% опрошенных из пятой и 61% из четвертой группы полностью согласились, что «материальное положение зависит от них». 70% и 59% из соответствующих групп согласились, что «каждый человек способен обеспечить себе материальное положение». Только 4% из пятой группы не приняли первое суждение, а вот со вторым согласились все. Иная ситуация среди представителей первой и второй групп. Они имеют ярко выраженный внешний локус ответственности. 46% первой группы и 36% второй не согласны, что их материальное положение зависит от них. Еще более категоричны их мнения относительно второго суждения: 67% первой группы не согласны, что каждый человек может себе обеспечить материальное положение.

Более четко очерчены представления о карьере, а следовательно, и ответственность за свой карьерный рост, активная позиция в трудовой деятельности групп с разным уровнем социального капитала. Все представители пятой группы либо полностью, либо частично согласны, что карьера зависит от них, в четвертой группе со-



гласившихся 92%. Тогда как в первой группе 69% (44% полностью и 15% скорее) не согласны, что карьера зависит от них самих. Во второй группе таких респондентов оказалось 35%.

Общие жизненные установки тоже подтверждают выявленные тенденции. 96% представителей с очень высоким уровнем социального капитала и 94% с высоким согласны, что от них самих зависит, насколько интересна, насыщена их жизнь. 54% представителей первой группы не согласны, что наполненность их жизни зависит от них. Даже во второй группе таких уже существенно меньше — только 21%.

Был использован общий индикатор готовности объединяться как общая установка к совместной деятельности. Данный индикатор является показателем готовности субъекта использовать свои сети, свой потенциал, круг общения для активных действий.

Исследование показало, что респонденты с высоким уровнем социального капитала имеют и высокий уровень готовности к объединению, с низким — практически не готовы объединяться. Так, 67% представителей пятой группы ответили, что относят себя к тем, «кто готов объединяться», еще 22% скорее готовы объединяться. В четвертой группе установка к объединению уже выражена существенно меньше: большинство (56%) скорее готовы объединяться, а вот ярких активистов только 28%. В первой группе готовых объединяться в какой-либо мере только 18%, во второй — 23%. При этом в первой группе более трети респондентов (36%) категорически против любого объединения.

Социальный капитал формирует социальную среду, способствующую принятию инновационных форм поведения. На взаимосвязь социальной среды и инноваций указывали в своих исследованиях М. Дахли и Д. де Клерк [12]. Именно среда создает условия для распространения информации. И здесь главенствующую роль играют сети, в границах которых и формируется социальный капитал. Ф. Фукуяма отмечал значимость распространения информации для возникновения инноваций, особенно в сфере высоких технологий [13].

Выявить склонность респондентов к подобным паттернам поведения позволило использование ФОМ-методологии по типологизации стиля жизни. Данный индикатор оправдал свое использование и как психографический критерий, и как показатель социального капитала. Обладатели социального капитала высокого уровня имеют активную жизненную позицию, выступают новаторами при внедрении новых идей, практик, они доверяют новым технологиям и быстро усваивают новые поведенческие практики. Выбор той или иной формы поведения демонстрирует и связь с экономическим капиталом человека. Согласно нашему исследованию, четвертая и пятая группы респондентов, как носители более высокого социального капитала, существенно отличаются от других выделенных групп по количеству используемых потребительских практик. Практически все пользуются Интернетом и ведут переписку по электронной почте (90% в четвертой и 97% в пятой), большинство расплачивается пластиковыми картами (71-72%), следовательно, доверяет банкам и банковским операторам, и работает на компьютере (66-70%). Но наиболее знаковыми стали редкие потребительские практики, которые отличают людей с высоким социальным капиталом от других. Почти каждый второй за последние два года летал на самолете (43%), каждый третий получал дополнительное образование (33%), был за границей по работе (17%), тогда как у представителей первой группы почти все эти показатели не более 5%, а чаще 0%.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Как показывают результаты исследования, социальный капитал тесно связан с ценностными установками населения, оказывает влияние на уровень их адаптации. Патерналистские установки, стремление к стабильности, боязнь перемен являются признаком представителей с низким уровнем социального капитала. Такие люди выступают потенциальной группой по сопротивлению любым изменениям, как социально-экономическим, инновационным в стране, регионе в целом, так и организационным в трудовой деятельности. А люди с высоким социальным

капиталом являются ядром, активом, катализатором изменений, внедрения всего нового, они способствуют как развитию новых технологий и управленческих решений в организации, так и успешности социально-экономического развития региона. Следовательно, блок ценностных установок является значимым индикатором измерения социального капитала и необходим при комплексном изучении социального капитала страны, региона. Подтвердилась продуктивность исследования социального капитала на основании выделения его типов.

Полученные данные могут быть использованы управленцами-практиками. Исследовательская методика, апробированная в условиях двух регионов СЗФО, доказала свою валидность и может быть применена для получения и анализа данных

в других регионах страны. Данная методика применима и в деятельности менеджмента корпораций и организаций. Выявление носителей социального капитала того или иного типа позволяет оценить сложившуюся ситуацию в сообществе на предмет наличия той его доли, которая может стать опорой инноваций и развития. Понимание существующих проблем и настроений у патерналистски настроенной части населения региона или коллектива организации дает основания для поиска необходимых социальных инструментов по инициации среди них инновационных социальных практик.

БЛАГОДАРНОСТИ

Статья подготовлена при поддержке РГНФ, грант №16-03-00188/16 «Региональный социальный капитал в условиях кризиса».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Афанасьев Д. В. Социальный капитал в регионе: к вопросу измерения и построения индикаторной модели / Д. В. Афанасьев, Т. А. Гужавина, А. А. Мехова // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. Вып. 6 (48). С. 110-125.
2. Воробьева И. Н. Теоретико-методологические проблемы измерения социального капитала / И. Н. Воробьева, А. А. Мехова // Социальный капитал как ресурс модернизации в регионе: проблемы формирования и измерения. 2012. Ч. 1. С. 103-109.
3. Гужавина Т. А. Применение факторного анализа при измерении социального капитала / Т. А. Гужавина, И. Н. Воробьева // Социальное пространство. 2017. № 4. URL: <http://sa.vscs.ac.ru/article/2377>
4. Культурные ценности и социальный капитал: измерение, динамика, влияние на социально-экономическое развитие России / Научный семинар 26.11.2008. URL: <http://www.liberal.ru/articles/1462>
5. Лебедева Н. М. Ценности культуры и развитие общества / Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко; Гос. ун-т Высшая школа экономики. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. 527 с.
6. Меняшев Р. Ш. Экономическая отдача от социального капитала: о чем говорят российские данные? / Р. Ш. Меняшев, Л. И. Полищук // XI Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 3 книгах / отв. ред. Е. Г. Ясин. М.: Изд. дом ВШЭ, 2011. Кн. вторая. С. 159-170.
7. Риа Рейтинг. Рейтинг российских регионов по качеству жизни — 2016. URL: <https://ria.ru/infografika/20170220/1488209453.html>
8. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма; пер. с англ. М.: АСТ: Ермак, 2004. 730 с.
9. Яницкий О. Н. Адаптация как вечная проблема / О. Н. Яницкий // Власть. 2016. № 4. С. 68-74.
10. Baumol W. Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive / W. Baumol // Journal of Political Economy. 1990. Vol. 98. No 5. Part 1. Pp. 893-921.
11. Bourdieu P. The forms of capital / P. Bourdieu // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education / ed. by J. G. Richardson. N.Y.: Greenwood Press, 1986. Pp. 241-258.
12. Dakhli M. Human capital, social capital, and innovation: a multi-country study / M. Dakhli, D. de Clercq // Entrepreneurship & Regional Development. 2004. Vol. 16. DOI: 10.1080/08985620410001677835



13. Fukuyama F. Social capital and civil society / F. Fukuyama // IMF Working Paper WP/00/74. Washington (D.C.): International Monetary Fund, 2000.
14. Inglehart R. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in Societies / R. Inglehart. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1997. 453 p.
15. Munene J. C. Escaping from Behavioral Poverty in Uganda. The Role of Culture and Social Capital / J. C. Munene, S. H. Schwartz, G. Kibanja. Kampala, 2005.
16. Putnam R. Economic growth and social capital in Italy / R. Putnam, J. Helliwell // Eastern Economic Journal. 1995. No 21 (3). Pp. 295-307.
17. Putnam R. D. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community / R. D. Putnam. New York: Touchstone Books by Simon & Schuster, 2001.
18. Woolcock M. Measuring social capital: An Integrated Questionnaire / M. Woolcock. Washington D.C.: WorldBank, 2003.

RESEARCH ARTICLE

DOI: 10.21684/2587-8484-2018-2-4-20-29

UDC 662.5

Value attitudes in the context of the social capital of the regional population

Tatyana A. Guzhavina¹, Irina N. Vorobyova²

¹ Cand. Sci. (Philos.), Associate Professor, Leading Researcher,
Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences
(Vologda, Russian Federation)
tanja_gta@mail.ru

² Cand. Sci. (Soc.), Associate Professor,
Department of Sociology and Social Technologies,
Cherepovets State University
(Cherepovets, Russian Federation);
Northern Trans-Ural State Agricultural University
(Tyumen, Russian Federation)
vorobuova-i-n@ail.ru

Abstract. Nowadays, the researchers studying social changes draw their attention towards the social capital. Its structural components cause particular interest — in particular, the personal values. They form social relations, and they are especially important for social and economic development (in addition to cultural norms and trust). Besides, these values allow measuring the social capital. This article aims to show the role and importance of value systems in the construction of the social capital's indicator model. The study was conducted by specialists of the Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences (VolSC RAS) in the Vologda Region. They identified different types of social capital carriers, as well as the differences in their values. All respondents were divided into groups based on their preferences. Some were carriers of paternalistic attitudes, which led them towards the desire for stability and the fear of change. This group could potentially resist any changes. The other group included active people, who were a “catalyst” for changing and introducing anything new. They contributed to the design of new technologies, introduction of management decisions in organizations, and the socio-economic development of the region. Consequently, the block of values is a significant indicator for measuring social capital and, thus, it is necessary for a comprehensive study of the country's and region's social capital. Such studies have already proved their worth, and they can be especially useful for the managerial staff, including practitioners, researchers, as well as in the educational sphere. The research methodology, tested in two regions of the North-Western Federal District, has proved its validity and can be used to obtain and analyze data in other regions of the country. This technique is also applicable in the management of corporations and organizations.

Keywords: social capital, value attitudes, measurement, indicator model, adaptation, responsibility, readiness for unification.

Citation: Guzhavina T. A., Vorobyova I. N. 2018. “Value attitudes in the context of the social capital of the regional population”. *Siberian Socium*, vol. 2, no 4, pp. 20-29.
DOI: 10.21684/2587-8484-2018-2-4-20-29

Acknowledgments. This article was sponsored by the Russian Foundation for Humanities, grant No 16-03-00188/16 “Regional social capital during crises”.



REFERENCES

1. Afanasyev D. V., Guzhavina T. A., Mekhova A. A. 2016. "Social capital in the region: on the issue of measuring and building an indicator model". *Ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz*, no 6 (48), pp. 110-125. [In Russian]
2. Vorobyova I. N., Mekhova A. A. 2012. "Theoretical and methodological problems of measuring social capital". In: *Sotsial'nyy kapital kak resurs modernizatsii v regione: problemy formirovaniya i izmereniya*. Vol. 1, pp. 103-109. [In Russian]
3. Guzhavina T. A., Vorobyova I. N. 2017. "Application of factor analysis in measuring social capital". *Sotsial'noye prostranstvo*, no 4. <http://sa.vscs.ac.ru/article/2377> [In Russian]
4. Nauchnyy seminar. 2008. "Cultural values and social capital: measurement, dynamics, impact on the socio-economic development of Russia". 26 November. <http://www.liberal.ru/articles/1462> [In Russian]
5. Lebedeva N. M., Tatarko A. N. 2007. *Values of Culture and the Development of Society*. Moscow: Higher School of Economics. [In Russian]
6. Menyashvili R. Sh., Polishchuk L. I. 2011. "The economic outcome of the social capital: what does the Russian data say?". In: Yasin E. G. (ed.). *XI Mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya po problemam razvitiya ekonomiki i obshchestva: in 3 vols*. Vol. 2, pp. 159-170. Moscow: Higher School of Economics. [In Russian]
7. Ria Rejting. "Ranking of Russian regions by the quality of life — 2016". <https://ria.ru/infografika/20170220/1488209453.html> [In Russian]
8. Fukuyama F. 2004. *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Translated from English. Moscow: AST: Ermak. [In Russian]
9. Yanitskiy O. N. 2016. "Adaptation as an eternal problem". *Vlast*, no 4, pp. 68-74. [In Russian]
10. Baumol W. 1990. "Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive". *Journal of Political Economy*, vol. 98, no 5, part 1, pp. 893-921.
11. Bourdieu P. 1986. "The forms of capital". In: Richardson J. G. (ed.). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, pp. 241-258. New York: Greenwood Press.
12. Dakhli M., de Clercq D. 2004. "Human capital, social capital, and innovation: a multi-country study". *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 16. DOI: 10.1080/08985620410001677835
13. Fukuyama F. 2000. "Social capital and civil society". IMF Working Paper WP/00/74. Washington D.C.: International Monetary Fund.
14. Inglehart R. 1997. *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in Societies*. Princeton: Princeton University Press.
15. Munene J. C., Schwartz S. H., Kibanja G. 2005. *Escaping from Behavioral Poverty in Uganda. The Role of Culture and Social Capital*. Kampala.
16. Putnam R., Helliwell J. 1995. "Economic growth and social capital in Italy". *Eastern Economic Journal*, no 21 (3), pp. 295-307.
17. Putnam R. D. 2001. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Touchstone Books by Simon and Schuster.
18. Woolcock M. 2003. *Measuring Social Capital: An Integrated Questionnaire*. Washington D.C.: WorldBank.