

# ГОСУДАРСТВО И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО: ПОЛИТИКА, ЭКОНОМИКА, ПРАВО

## Региональные и половые различия доверия предпринимателей к разным видам организаций

А. Л. ЖУРАВЛЕВ

(Институт психологии РАН, Московский гуманитарный университет),

В. А. СУМАРОКОВА

(Российский государственный торгово-экономический университет)

В статье анализируется проблема доверия предпринимателей к таким социальным объектам, как государственные и негосударственные (частные, предпринимательские и т. п.) организации. Выявлены региональные особенности в проявлении доверия; обнаружены также половые различия.

Ключевые слова: обыденные представления, доверие, уровень и вид доверия, предпринимательство, государственные организации, негосударственные организации, региональные особенности, половые различия.

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, 1999; Купрейченко, 2002, 2008; Сафонов, 1978; Скрипкина, 1984, 1997) и в США (Селигмен, 2002; Шо, 2000; Lewicki, Bunker, 1995; Lewicki, Stevenson, Bunker, 1997). В этих исследованиях доверие преимущественно рассматривается как межличностный феномен. В то же время доверие становится важным фактором взаимодействия личности с большими социальными группами и организациями (общественными институтами и т. п.). Такое исследование было предпринято на примере предпринимателей, тесно связанных с различными видами организаций, государственными и негосударственными (предпринимательскими и т. п.).

Основными задачами данного исследования были следующие:

— выделить типичные обыденные представления предпринимателей о феномене доверия;

— изучить доверие предпринимателей к разным социальным объектам: государственным и негосударственным (частным, предпринимательским) организациям;

— выявить региональные различия в уровне доверия предпринимателей к разным видам организаций;

— рассмотреть влияние пола предпринимателей на уровень их доверия к разным видам организаций.

**Описание объекта исследования.** В исследовании приняли участие 196 предпринимателей, которые делятся по полу в следующей пропорции: мужчины составляют 65,8% от общей выборки, а женщины — 34,2%. По территориальному (или региональному) признаку общая выборка включает 100 чел. — предпринимателей-москвичей и 96 чел. — из других регионов России (города 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%, т. е. большую часть выборки (72,46%) составляют предприниматели в самом трудоспособном возрасте от 26 лет до 45 лет.

В данной выборке представлены разные 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 исследования.** 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 указанным ниже видам организаций. Оценку произведите по 7-балльной шкале, где: «1» — означает крайне низкий уровень доверия, а «7» — крайне высокий. Обведите кружком цифру, соответствующую уровню Вашего доверия к каждому из двух видов организаций:

	крайне низкий			крайне высокий			
а) доверие к государственным организациям	1	2	3	4	5	6	7
б) доверие к предпринимательским организациям	1	2	3	4	5	6	7»

Данный вопрос и шкала входили в более обширную программу социально-психологического исследования региональных особенностей развития предпринимательства в России. Этой программой фактически продолжались ранее выполнявшиеся исследования (Журавлев, Позняков, 1993, 1995). 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 А. В. Ключниковой.

В связи с использованием приведенной выше 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 группирование организаций в обыденном сознании самих предпринимателей. Сделано это с целью достижения удобства (легкости) оценивания доверия к понятным для предпринимателей видам организаций. Интересующие, в частности, различия в формах собственности предприятий практически сохранились в основе такого разделения организаций.

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.

#### ОБЫДЕННЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ О ФЕНОМЕНЕ ДОВЕРИЯ

Одной из предварительных задач было выделение наиболее типичных обыденных представлений предпринимателей о доверии, сложившихся на уровне их обыденного сознания, или так называемых житейских представлений. Был выполнен экспресс-опрос 20 предпринимателей, первичные результаты которого в виде нестрогих суждений были проанализированы с помощью контент-анализа. В итоге были выделены наиболее типичные представления о доверии следующего содержания:

— качество отношения к другому человеку, группе лиц или организации в целом, в основе которого лежит их оценка как людей честных, правдивых, искренних и т. п., т. е. наделенных определенной группой качеств (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 полном убеждении в безопасности, неразглашении или возможности возврата («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 *психологической близости* друг с другом, переживания социальных чувств «мы», «свои» и т. п. («доверие как групповое состояние»).

Ниже под доверием понимается интегральное представление, допускающее разные смыслы этого феномена, предпочитаемые самими предпринимателями. В данном исследовании респонденты преимущественно имели в виду первый смысл, т. е. доверие как оценка большинства представителей организации как честных, правдивых, искренних людей.

В соответствии с задачами исследования представляется 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

Таблица 1

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОЦЕНОК УРОВНЯ ДОВЕРИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ  
К РАЗНЫМ ВИДАМ ОРГАНИЗАЦИЙ (N = 196 ЧЕЛ., %)

Вид организации	Баллы							М, 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.

оценок доверия к государственным организациям.

По 5-балльным оценкам разница в частоте фактически не обнаружена, а далее — разница усиливается снова. Если оценки доверия к госорганизациям в 6–7 баллов редки (2,5%, или 5 предпринимателей из общей выборки

в 196 чел.), 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 оцени-

ваются преимущественно как крайне низкое, а к предпринимательским — преимущественно как доверие среднего уровня. Главное же состоит в том, что обнаружены различия в уровнях доверия предпринимателей к разным видам организаций.

Наряду с констатацией таких различий возможно предположить и разный *психологический тип доверия*, проявляемого предпринимателями к различным видам организаций. Проявляя даже один и тот же количественный 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), предложенную Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер (Lewicki, Stevenson, Bunker, 1997), то доверие к предпринимательским организациям характеризуется прежде всего вторым типом, т. е. основанным на знании того объекта (организации), которому предприниматель доверяет или не доверяет. Именно к такой интерпретации подвигают многочисленные комментарии самих предпринимателей «по ходу» опроса. Их хорошее знание законов функционирования и развития предпринимательской организации позволяет им дифференцировать то, чему можно доверять, от того, 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, т. е. третьим, высшим типом доверия. Автоматического отождествления себя с предпринимательскими организациями не происходит, когда речь идет о доверии к ним. Это достаточно часто выражается предпринимателями через высказывания.

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 психологический тип доверия по расчету находится ниже по качественному уровню по сравнению с доверием, основанным на знании (там же). 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), предположение о существовании которой можно нередко встретить в СМИ и популярной литературе о предпринимательстве. Якобы крайне 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, т. е. 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 крайне высокий уровень доверия (6–7 баллов) к первому виду организаций встречается лишь у 2,55% предпринимателей, а ко второму — у 8,26%. 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 существенном их различии между собой оба средних значения находятся в левой половине шкалы (от 1,0

до 3,5 балла), т. е. 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:  $G$  (сигма) гос. орг. = 1,467;  $G$  (сигма) 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, т. е. 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 чел.) целесообразно разделить на две сопоставимые территориальные группы (это предполагалось

на стадии планирования и организации исследования): предприниматели-москвичи (100 чел.) и предприниматели из разных регионов России (г. Калуга — 25 чел., г. Курск — 36 чел. и г. Самара — 35 чел., всего — 96 чел.), которых ниже будем условно называть «региональные предприниматели» в отличие от московских, хотя, по существу, речь идет лишь о разных российских регионах.

Оценки уровня доверия территориальных групп предпринимателей к разным видам организаций приведены в табл. 2.

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 крайне низкая оценка (1 балл), региональные же предприниматели в 33,3% ответов выразили крайне 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 регио-

Таблица 2

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОЦЕНОК УРОВНЯ ДОВЕРИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ  
РАЗНЫХ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ГРУПП (МОСКВИЧИ, N = 100; РЕГИОНЫ РОССИИ, N = 96; %)

Территориальные группы предпринимателей	Баллы						
	1	2	3	4	5	6	7
<i>Москвичи</i>							
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
<i>Регионы России</i>							
Доверие к государственным организациям	33,3	26,0	17,7	8,3	13,6	1,1	0,0
Доверие к предпринимательским организациям	15,6	10,4	18,8	31,2	14,6	9,4	0,0

нальных предпринимателей —  $M = 2,46$ . Полу-  
ченная разница средних значений для изучав-  
шихся выборок является достоверной. Следо-  
вательно, доверие предпринимателей к госу-  
дарственным 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. Предпринимате-  
ли-москвичи подавляющей своей частью  
(88,0%) используют оценки 1–4 балла, при-  
чем практически равномерно распределяясь  
по этим четырем оценкам (см. табл. 2). Иное  
распределение обнаружено в группе регио-  
нальных предпринимателей: оно не только  
неравномерное, но и выделяется особая груп-  
па предпринимателей (13,5%), которая выра-  
жает высокое доверие к госпредприятиям  
на уровне 5 баллов, что по частоте выше,  
чем средняя оценка в 4 балла, которая встре-  
чается лишь в 8,3% случаев. Более того, такое  
высокое доверие к госорганизациям встре-  
чается в регионах чаще, чем у москвичей  
(только 8%). Эти данные, скорее всего, объ-  
ясняются тем, что в регионах России сущест-  
вуют предприниматели, тесно связанные с го-  
сударственными структурами и предприятиями.  
Они могут быть совсем недавними вы-  
ходцами из государственных организаций  
и теснее, чем в Москве, связанными с ними,  
а возможно, и совмещающими разные виды  
деятельности. То есть доверие к представите-  
лям госорганизаций у этой группы предпри-  
нимателей становится по типу «доверять са-  
мим себе», отсюда и идет повышение оценок  
уровня доверия.

Однако такое объяснение, относящееся  
только к одной из выделенных подгрупп  
(13,5%) из выборки региональных предприни-  
мателей, может служить в какой-то степени  
приемлемой схемой объяснения и более высо-  
кого доверия к государственным организаци-  
ям в среде московских предпринимателей  
в целом: в Москве предприниматели и пред-  
ставители госорганизаций, возможно, теснее  
взаимодействуют друг с другом.

Что же касается доверия к предприни-  
мательским организациям, то в этом обна-

ружены более сходные оценки: у москвичей  
 $M = 3,36$ , а у региональных предпринимате-  
лей —  $M = 3,47$ . Незначимая разница в сред-  
них оценках получена за счет некоторого сме-  
щения оценок доверия к предприниматель-  
ским 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 предприни-  
мателей-москвичей и региональных пред-  
принимателей обнаружены *контрастные*  
*оценки доверия* к разным видам организаций  
со стороны региональных предпринимате-  
лей: меньший по сравнению с москвичами уро-  
вень доверия к государственным организа-  
циям 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, т. е. 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 предпринимате-  
лей, с одной стороны, и группой представите-  
лей государственных структур и предприятий  
— с другой, что и выразилось в некоторых  
контрастных оценках уровня доверия на фоне  
оценок московских предпринимателей.

И еще необходимо сказать об одном важ-  
ном моменте. Если полагаться на мнение о  
том, что экономические реформы в Москве  
опережают то, что делается в других россий-  
ских регионах, то обнаруженный контраст до-  
верия к разным видам организаций отражает  
определенное региональное социально-эко-  
номическое состояние, поэтому по мере эко-  
номических изменений оценки уровня дове-  
рия могут становиться менее контрастными  
и более умеренными. Однако это должно  
стать следствием снижения межгрупповой на-  
пряженности. Но пока это лишь некоторое  
предположение.

Если же в целом социально-экономическую среду в регионах России оценивать как менее благоприятную по сравнению с Москвой 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 регионах 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 нельзя распространять на любые социальные группы, в частности на предпринимателей, доверительные или недоверительные отношения которых в большой степени зависят от экономических условий жизнедеятельности по сравнению с другими группами населения. Действительно, предприниматели как социальная группа чрезвычайно зависимы от социально-экономических условий, благоприятность/неблагоприятность которых, как ни в какой другой социальной группе, может приводить к развитию и процветанию или к рецессии и полному провалу их бизнеса. Данную специфику социальной группы предпринимателей нужно учитывать при интерпретации 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 и доверия к формальным организациям, что может непосредственно относиться к изучавшимся группам предпринимателей. По уровню межличностного доверия предприниматели-москвичи и региональные вполне могут характеризоваться противоположно тому, что было описано выше, т. е. региональные предприниматели могут

проявлять выше, чем москвичи, межличностное доверие, но ниже — доверие к формальным организациям. Тем более что в регионах психологическое (значительно реже — политическое) противостояние личности и власти может быть выражено сильнее, чем в центре.

Таким образом, полученные на предпринимателях 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 67% мужчин и 33% 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 кросс-табуляции).

В результате анализа распределений по двум факторам одновременно обнаружены половые различия в проявлении уровня доверия предпринимателей к различным видам организаций.

Во-первых, в группе женщин-предпринимателей распределение практически 60% оценок доверия к государственным организациям концентрируется в крайне низкой зоне (1 и 2 балла). В группе мужчин-предпринимателей оценки распределяются более или менее равномерно по большей части шкалы (1–4 балла). Следовательно, в качестве важной тенденции обнаружено: женщины-предприниматели ниже, чем мужчины, оценивают уровень своего доверия к государственным организациям.

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.

Следовательно, отмеченная выше тенденция в проявлении низкого уровня доверия

женщин-предпринимателей к госорганизациям повторяется и по отношению к предпринимательским структурам и предприятиям. По-видимому, полоролевые стереотипы по отношению к женщинам в бизнесе примерно одинаково проявляются в разных видах организаций, поэтому к ним женщины выражают близкие уровни доверия.

Женщины-предприниматели считают (а главное — ожидают), что действие полоролевых стереотипов сильнее в государственных организациях, отсюда и возникает несколько более настороженное и менее доверчивое от-

Таблица 3

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ ДОВЕРИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К ГОСУДАРСТВЕННЫМ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМ ОРГАНИЗАЦИЯМ С УЧЕТОМ ФАКТОРА ПОЛА (N = 196 ЧЕЛ., %)

<i>Доверие предпринимателей разного пола</i>	<i>Баллы</i>						
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
<i>К государственным организациям</i>							
<i>мужчины</i>	24,62	23,85	22,30	16,92	10,00	0,77	1,54
<i>женщины</i>	35,92	23,44	9,38	15,631	2,50	3,13	0,00
<i>К предпринимательским организациям</i>							
<i>мужчины</i>	12,40	9,30	23,32	34,10	10,82	10,06	0,00
<i>женщины</i>	20,63	15,88	17,46	22,23	19,05	3,17	1,58

ношение к ним по сравнению с уровнем их доверия к предпринимательским организациям (предприятиям, объединениям, ассоциациям и т. п.).

#### ВЫВОДЫ

1. По содержанию обыденных представлений предпринимателей о феномене доверия выделены четыре основных типа, функционирующих в обыденном сознании: отношение (оценка), процесс безопасной передачи значимого, реальное полагающееся поведение, групповое состояние. Однако чаще всего имеется в виду доверие в смысле оценки другого человека, группы или организации как честных, правдивых, искренних и т. п.

2. Выявлены значимые различия в уровнях 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).

3. Обнаружены значимые региональные различия в уровнях доверия предпринимателей: доверие москвичей к госорганизациям и их представителям выше, чем предпринимателей 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 доверитель-



ные отношения в группе региональных предпринимателей.

4. Предприниматели как социальная группа в целом характеризуются невысокими (низкими и средними) показателями доверительного отношения к различным видам организаций. При этом, однако, региональные предприниматели проявляют меньшее доверие к изучавшимся видам организаций по сравнению с москвичами, что, скорее всего, объясняется конкретными социально-экономическими условиями жизнедеятельности предпринимателей.

5. 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 уровне доверия к государственным организациям фактор пола сказывается значительно.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Антоненко, И. В. (2004) Доверие: социально-психологический феномен. М. : Социум ; ГУУ.

Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (1993) Социально-психологические трудности развития малого бизнеса в России // Психологический журнал. Т. 14. № 6. С. 23–34.

Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (1995) Социально-психологические проблемы становления российского предпринимательства // Малое предпринимательство в контексте российских реформ и мирового опыта / под общ. ред. А. Ю. Чепуренко. М. : РНИСиНП. С. 82–102.

Зинченко, В. П. (1999) Психология доверия. Самара : Самарский гос. пед. ун-т.

Купрейченко, А. Б. (2002) Методика оценки доверия личности другим людям // Современная психология: состояние и перспективы исследований. Ч. 5 : Программы и методики психологического исследования личности и группы / отв. ред. А. Л. Журавлев. М. : Изд-во ИП РАН. С. 64–89.

Купрейченко, А. Б. (2008) Психология доверия и недоверия. М. : Изд-во ИП РАН.

Сафонов, В. С. (1978) Особенности доверительного общения : автореф. дис. ... канд. психол. наук. М.

Селигмен, А. (2002) Проблема доверия. М. : Идея-Пресс.

Скрипкина, Т. П. (1984) Психологические особенности доверия к людям в юношеском возрасте : дис. ... канд. психол. наук. М.

Скрипкина, Т. П. (1997) Психология доверия (теоретико-эмпирический анализ). Ростов н/Д. : Изд-во РНДГПИ.

Шо, Р. Б. (2000) Ключи к доверию в организации: Результативность, порядочность, проявление заботы. М. : Дело.

Lewicki, R. J., Bunker, B. B. (1995) Trust in Relationships : A Model of Trust Development and Decline // Conflict, Cooperation and Justice : A Tribute Volume to Morton Deutsch / ed. by B. B. Bunker, J. Z. Rubin. San Francisco, CA : Jossey Bass. P. 133–173.

Lewicki, R. J., Stevenson, M. A., Bunker, B. B. (1997) The Three Components of Interpersonal Trust : Instrument Development and Differences Across Relationships. WPS 97 — 4 February. Columbus, OH : Max M. Fisher College of Business, Ohio State University.

#### REGIONAL AND GENDER DIFFERENCES IN ENTREPRENEURS' TRUST TO VARIOUS KINDS OF ORGANIZATIONS

A. L. Zhuravlev

(The Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, Moscow University for the Humanities),

V. A. Sumarokova

(The Russian State University of Trade and Economics)

The paper examines the problem of entrepreneurs' trust to such social objects as state and non-state organizations (private, business, etc.). The regional features of trust manifestation are revealed. Some sex differences are also discovered.

Keywords: ordinary representations, trust, level and kind of trust, entrepreneurship, state organizations, non-state organizations, regional features, gender differences.

#### BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATION)

Antonenko, I. V. (2004) Doverie: sotsial'no-psikhologicheskii fenomen. M. : Sotsium ; GUU.

Zhuravlev, A. L., Pozniakov, V. P. (1993) Sotsial'no-psikhologicheskie trudnosti razvitiia malogo biznesa v Rossii // Psikhologicheskii zhurnal. T. 14. № 6. S. 23–34.

Zhuravlev, A. L., Pozniakov, V. P. (1995) Sotsial'no-psikhologicheskie problemy stanovleniia rossiiskogo predprinimatel'stva // Maloe predprinimatel'stvo v kontekste rossiiskikh reform i mirovogo opyta / pod obshch. red. A. Iu. Chepurenko. M. : RNI SiNP. S. 82–102.

Zinchenko, V. P. (1999) Psikhologiya doveriia. Samara : Samarskii gos. ped. un-t.

Kupreichenko, A. B. (2002) Metodika otsenki doveriia lichnosti drugim liudiam // Sovremennaiia psikhologiya: sostoianie i perspektivy issledova-

nii. Ch. 5 : Programmy i metodiki psikhologicheskogo issledovaniia lichnosti i gruppy / otv. red. A. L. Zhuravlev. M. : Izd-vo IP RAN. S. 64–89.

Kuprechenko, A. B. (2008) Psikhologiiia doveriia i nedoveriia. M. : Izd-vo IP RAN.

Safonov, B. C. (1978) Osobennosti doveritel'nogo obshcheniia : avtoref. dis. ... kand. psikhol. nauk. M.

Seligmen, A. (2002) Problema doveriia. M. : Ideia-Press.

Skripkina, T. P. (1984) Psikhologicheskie osobennosti doveriia k liudiam v iunosheskom vozraste : dis. ... kand. psikhol. nauk. M.

Skripkina, T. P. (1997) Psikhologiiia doveriia (teoretiko-empiricheskii analiz). Rostov-na-Donu : Izd-vo RNDGPU.

Sho, R. B. (2000) Kliuchi k doveriiu v organizatsii : Rezul'tativnost', poriadchnost', proiavlenie zaboty. M. : Delo.

Lewicki, R. J., Bunker, V. V. (1995) Trust in Relationships : A Model of Trust Development and Decline // Conflict, Cooperation and Justice : A Tribute Volume to Morton Deutsch / ed. by B. B. Bunker, J. Z. Rubin. San Francisco, CA : Jossey Bass. P. 133–173.

Lewicki, R. J., Stevenson, M. A., Bunker, B. B. (1997) The Three Components of Interpersonal Trust : Instrument Development and Differences Across Relationships. WPS 97 — 4 February. Columbus, OH : Max M. Fisher College of Business, Ohio State University.

## Еще раз к вопросу о понятии «элита»

А. Н. МАЦУЕВ

(МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ),

А. Д. ПЛОТНИКОВ

(АНО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР СЕМЬИ, МОЛОДЕЖИ И ДЕТЕЙ», Г. МОСКВА)

*В статье рассматриваются современные трактовки понятия «элита», разбирается проблема определения политической элиты, ее характеристик.*

*Ключевые слова: элита, термин, понятие, определение, политика, социальная группа.*

Исследование политических элит, проблем их рекрутирования должно учитывать проблемы общеполитической обстановки. В этой связи коснемся статьи Е. О. Соколовой, исследующей региональные политические элиты. Она пишет: «Новая элита в отличие от старой неоднородна с точки зрения как политического происхождения, так и профессиональных качеств, идеологических ориентаций. Старая элита была закрытой, элитой кабинетных интриг, не умеющей общаться с рядовыми гражданами. Посттоталитарная элита выдвинута в значительной степени «снизу». Однако после того как она пришла к власти, быстро обнаружилось, что качества, которые необходимы правящей элите, сильно отличаются от качеств, необходимых оппозиционерам. От новой элиты требуется не столько выступать на митингах, сколько каждодневно

и квалифицированно управлять обществом. Новая элита оказалась в большинстве случаев не готова к этой роли. Пока новая элита вызывает в народе лишь разочарование. Дело вовсе не в профессионализме (дело наживное), просто новая элита в своем большинстве не выдержала испытания властью» (Соколова, 2010: 216).

Остановимся на характеристике «старой» элиты в цитированной работе. «Старая элита» не была закрытой, она формировалась не в кабинетах и не по личным пристрастиям, что больше свойственно «новой элите», а в среде правящей Коммунистической партии. Кандидатуры в ее состав обсуждались на партийных форумах — бюро, комитетах, пленумах, конференциях, съездах. Чтобы войти в «элиты», надо было пройти через всевозможные обсуждения, рекомендации, при этом учитыва-