

УДК 334.78:316.774

*М.О. Мирошкин***СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ОСНОВА СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ И СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ¹**

В статье рассматривается социальный капитал как важнейший источник современных преобразований, происходящих в экономике. Первоначально проведен анализ основных концепций социального капитала. Обнаружен плюрализм мнений в определении важнейших характеристик социального капитала, обусловленный межпредметным характером рассматриваемой категории. Выявлены значимые аспекты социального капитала, присущие всем определениям. К ним относятся: сетевое строение социального капитала, наряду с этим присутствует уровневая структура организации взаимодействий, информационная составляющая любых взаимодействий, фактор доверия как основа возможности и продуктивности коммуникаций, а также разделение на социальное и корпоративное взаимодействия факторов, которые в то же время взаимообусловлены. Рассматриваемые пересечения между неформальными организациями, изначально имеющими разветвленную коммуникативную сеть, с формальными структурами, обуславливают распространение сетевого характера отношений на все уровни. Автором указывается, что толчком к этому процессу также послужили технологическое развитие и устранение пространственных, в какой-то мере временных и информационных барьеров. Указывается, что сетевые коммуникации являются альтернативой иерархическим и рыночным. Исследуются примеры виртуальных сетевых взаимодействий – технологические платформы (краудсорсинг и краудфандинг) и реальных – кластеры. Представленные преобразования социальных взаимодействий можно назвать институализацией социального капитала.

Ключевые слова: социальный капитал, сетевая экономика, кластеры, коммуникационные технологии, краудсорсинг.

Современные глобальные экономические тенденции, происходящие в мире, принято характеризовать как постепенный переход от индустриального типа общества, основанного на использовании машинного производства, развитии соответствующих форм организации труда и управления, к информационным обществам. Базисом информационных обществ является инновационное производство, основанное на научных разработках. Значительная доля населения (свыше 50 %) в таком обществе занята в сфере услуг и характеризуется творческим подходом к решению проблем, образованностью, обучаемостью и профессионализмом. В соответствии с заявленными высокими стандартами эффективности деятельности возникает вопрос о достаточности человеческого капитала как фактора интенсивного развития. Взаимодействия индивидуумов, их характер становятся определяющим фактором ускоренного прогресса. Возрастает роль социального капитала, направленного на коллективную производительность.

Исследованием категории «социальный капитал» занимались множество иностранных и отечественных ученых. Сформировался плюрализм мнений относительно содержания данного понятия, включающего философские, социологические, экономические, психологические и др. аспекты. Это позволяет рассматривать явления, описываемые данным термином с различных точек зрения, используя соответствующие методологические принципы, присущие тем или иным наукам. Рассмотрим ряд определений и выявим общие черты, присущие категории, являющиеся неотъемлемыми ее составляющими.

Понятие «социальный капитал» впервые было предложено французским социологом Пьером Бурдьё. Им он описывал социальные связи, которые могут выступать в виде действительных и потенциальных ресурсов, ориентированных на получение выгод. Это взаимодействие воплощается в виде социальных сетей [1]. Из такого определения следует, что социальный капитал является первообразной экономического капитала, однако их следует четко дифференцировать. Институциональная составляющая социальной коммуникации имеет большую неопределенность по сравнению с рыночными отношениями, в ней заключены нечеткие параметры обязательств, временные рамки и т. д.

Джеймс Коулман в определении социального капитала также придерживается ресурсной сущности категории, акцентируя внимание на структурной составляющей самого социального капитала, а также на возможность реализации взаимодействия только в рамках структуры. В качестве субъектов социальных отношений (акторов) указываются индивидуальные лица и корпоративные образования [2]. Таким образом, концепция показывает, что организационные ресурсы могут комбинироваться с други-

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда в Удмуртском государственном университете (г. Ижевск, Россия), проект № 15-18-00049.

ми ресурсами на разных уровнях обобщения. Коулман уделял большое внимание информации и информационным потокам, утверждая, что это основа любых социальных действий. Следовательно, можно утверждать, что в процессе реализации социального капитала (перехода социального капитала между субъектами, возрастание его уровня) задействованы организации (социальные или иные, имеющие независимость и свободу) и ее ресурсы (информационные, материальные, культурные и др.) [3].

Немаловажные аспекты рассматриваемой дефиниции раскрыты в работе Роберта Патнэма, характеризующего социальный капитал как благо и фактор развития общества. Связь между индивидами воплощается в виде социальных сетей и нормах взаимности, которые сами являются результатом сетевого взаимодействия. Основной нормой взаимности автор называет доверие [4].

Однако исследованию Р. Патнэма присущ индивидуалистский подход, то есть рассмотрение социального капитала на разных уровнях (макро, мезо, микро-уровень) осуществляются с помощью простой агрегации показателей относящихся к каждому индивиду, без учета факторов межкультурных различий, к которым можно отнести ценности, традиции, менталитет, а также факторов развития технологий и коммуникационной инфраструктуры [5]. Преодоление культурной обусловленности ценностями западной цивилизации мы находим в работах М.Ю. Савельева [6-7]

В России к исследованию социального капитала обратились в начале XXI в. Воззрения прочих отечественных ученых в целом схожи с западными коллегами. Экономист В.В. Радаев выделяет два признака, на основе которых строятся современные теории социального капитала: структурный и институциональный (содержательный). Структурная составляющая отражает сетевой подход к изучению рассматриваемого феномена, который можно измерить следующими показателями: плотность сетей, их устойчивость. Содержательный подход обращен к содержанию и качеству социальных отношений – уровню доверия [8].

На основании вышеописанных характеристик социального капитала можно выделить его значимые аспекты для дальнейшего исследования в части институализации социального капитала и его воплощения в современных организационных формах устройства экономики. К ним относятся:

- сетевой характер проявления социального капитала;
- информация и информационный обмен как важнейшие составляющие процесса накопления социального капитала и его реализации;
- доверие, обуславливающее возможность социальных взаимодействий и их качество;
- дуализм акторов взаимодействия, заключающийся в их одновременном воплощении в роли источников как социальных, так и различных корпоративных коммуникаций (см. табл.);
- уровневая структура организации социального капитала.

Уровни социального капитала и их соответствующие характеристики

Уровень	Институциональные характеристики	
	Формы организации	Ценности и нормы
Мегауровень	Транснациональные организации; интернациональные сети; межнациональное государственное взаимодействие	Общечеловеческие ценности; международные нормы права
Макроуровень	Государственные институты власти; профессиональные и деловые сообщества;	Общественные ценности; культурные ценности; нормы права страны
Мезоуровень	Региональные институты власти; региональное (и межрегиональное) этническое и национальное взаимодействие	Общественные ценности; культурные ценности; этнические ценности; нормы права административно-территориального образования
Микроуровень	Корпоративные организации (компании, предприятия)	Общественные ценности; культурные ценности; этнические ценности; корпоративные ценности; стандарты и регламенты корпоративных структур
	Социальные организации (сети внутри фирм: этнические сети, сообщества)	
Наноуровень	Непосредственное взаимодействие между индивидами (близкий круг общения; кружки по интересам и др.).	Личные ценности и стандарты поведения

Примечание. На основании взаимосвязи социальных сил по Джонатану Тернеру [9].

Социальное взаимодействие не ограничивается рамками отдельного уровня, а проходит сквозь все области формирования и реализации социального капитала. Связи людей, которые объединены в группы (формальные или неформальные; как правило, выше наноуровня), отличаются устойчивостью. Однако такая характеристика способна приводить к различным результатам. С одной стороны, сложившиеся и устоявшиеся организационные структуры таких видов взаимодействий способствуют уменьшению риска и повышению результативности социального взаимодействия, однако с другой стороны, уменьшают потенциальную эффективность, так как возникает невозможность свободной и открытой коммуникации как внутри уровня, так и на межорганизационном уровне.

Таким образом, проведенный анализ категории «социальный капитал», и выявленные существенные его аспекты и характеристики позволяют считать его основой сетевых взаимодействий, в частности на микроуровне, где неформальные организации, изначально имеющие разветвленную коммуникативную сеть, взаимодействуют с формальными структурами, которые смещают свой фокус с иерархических структур жесткого подчинения также к сетевому укладу, лишённому пространственных границ.

Происходящее перестроение экономики и то, что этот процесс начался именно в определенный момент времени не является случайностью. Технологическое развитие общества достигло той стадии, когда стираются не только пространственные и временные барьеры, но и ускоряются информационные потоки, что обуславливает ситуацию все большего ускорения развития и непрерывности этого процесса. Становится очевидным, что «неповоротливые» и «закостенелые» иерархические структуры не соответствуют возросшему динамизму среды. Происходит замена вертикальных связей и подчиненностей на горизонтальные и более сложные способы координации [10-12]. Возрастание роли горизонтальных связей не означает снижение степени межуровневого взаимодействия (см. табл.), преобразуется сама структура этих отношений, проявляющаяся в сближении ее составных частей и их взаимообусловленности и взаимозависимости.

Способы координации связей, до бурного развития сетевых взаимодействий на экономическом уровне, не ограничивались только системами вертикальной субординации с единоличным управляющим центром. На уровне межкорпоративных отношений – в рыночной экономике, главенствующую роль занимала и все еще имеет существенный вес система традиционного рынка, в которой сигналом или стимулом к взаимодействию является цена. Эту систему можно рассматривать как некое отступление от строгих иерархических связей [10]. Несмотря на это существование «ценовой» прослойки обуславливает разрозненность и отдаленность взаимодействующих субъектов. Эти аспекты побуждают сопернические настроения, конкуренция – становится важным фактором развития и гармонизации всей системы.

В сетевой парадигме альтернативой состязательному подходу к экономическим отношениям обнаруживается коллаборационистский механизм. Кооперация проявляется в обмене информацией, явных и неявных знаний, то есть используются как межличностные, социальные связи, так и корпоративный уровень взаимодействий. В результате координации деятельности становится возможным анализ больших массивов информации, правильная их интерпретация и на основе этого повышение эффективности деятельности [10].

Ускоренное развитие информационных технологий и в частности интернета повышает интерактивность всех видов взаимоотношений, упор делается на прямую связь продавцов и покупателей товаров и услуг, устраняется временной лаг, связанный с ценовыми сигналами рынка. Как следствие, повышается ориентированность на потребителя в вопросах определения характеристик товара и его производства. В таких условиях торговые посредники (иногда даже сами производители), распространенные в рамках рыночных взаимодействий, из-за своей акцентированности на цене и невозможности соответствовать динамизму всех видов социальных взаимодействий, вытесняются сетевыми платформами, созданными ИТ-компаниями. Ими создается производная экономическая среда в сети Интернет, которая воспринимает запросы многочисленных пользователей и, классифицируя их с помощью современных алгоритмов и нейронных сетей, удовлетворяет запросы потребителей. Таким способом выстраиваются глобальные экономические сети [10].

Среди примеров не виртуального сетевого взаимодействия можно выделить кластеры. Теоретической основой развития кластерной организации являются три направления экономической мысли: теория пространственного развития; теория инновационного развития; теория конкурентного преимущества. В рамках первого направления кластеры рассматриваются как сосредоточение на определенной территории малых и средних фирм, которые таким способом извлекают синергетический

эффект за счет гибкой специализации и эффектов от масштаба. Концепция сглаживания производственных циклов за счет инноваций точнее определяет сущностную характеристику кластеров как инновационных экосистем. Лидирующие технологические предприятия в рамках крупных агломераций выступают в качестве точек роста всей экосистемы, посредством модернизационных процессов. Теория конкурентного преимущества послужила комплексному рассмотрению сред, в которых функционируют организации. Качество среды было предложено анализировать на основе «алмаза конкурентоспособности» – конструкции из шести факторов, одним из которых является наличие связанных и поддерживающих друг друга отраслей, формирующих «качество» конкурентной среды (другие составляющие – условия конкуренции, условия производства, условия спроса, политика власти и удачный случай) [10]. Таким образом, при рассмотрении кластеров акцентируется внимание, во-первых, на их территориальную локализацию различного объема (от района до межгосударственного характера), во-вторых, на иерархический характер взаимодействий внутри кластеров, в-третьих, на общности и взаимодополняемости участников кластерных образований.

В начале XXI в. на основании результатов объективного развития сетевых форм взаимодействий, описанных выше, и практического опыта построения различных кластеров А. Хамдушем было сформулировано определение инновационного кластера, как «группы различных организаций и институтов, которые размещаются в географической близости в определенной институциональной среде, выстраивают формальные и неформальные сети (через межорганизационные или межличностные связи) и участвуют в коллективном создании всех видов новаций в данной сфере, реализуя накопленный здесь потенциал знаний, компетенций и технологий» [10]. Оно в целом точно описывает рассматриваемое явление в соответствии с сетевым характером устройства экономики и теории социального капитала. Однако указываемый географический фактор (близость) не в полной мере соответствует современным условиям среды с ее размытыми территориальными границами в плане социальных взаимодействий и кооперации, а также практическим примерам построения высокотехнологичных кластеров. Так, например, производство авиационной техники (Boeing) или космических ракетопосредств является наукоемким процессом, что обуславливает невозможность создания всей цепочки стоимости в рамках ограниченной территории. Она воспроизводится в различных странах, которые обладают необходимыми компетенциями.

К примерам же виртуальных процессов построения взаимодействий можно отнести такие современные социокommunikативные технологии, как краудсорсинг.

Социокommunikативная технология будет рассматриваться нами как способ решения проблем общества (проблема развития), реализуемый посредством управления взаимодействиями на всех уровнях социальной системы. К целям данной технологии относится деятельность по оптимизации процессов коммуницирования на различных уровнях, которая реализуется на основании программной алгоритмизации процессов сбора информации, ее анализа и реакции обратной связи.

Понятие краудсорсинг (от англ. crowd – толпа, sourcing – использование ресурсов, то есть использование ресурсов толпы) было введено Дж. Хау, когда он выявил использование технологии аккумуляции и использования информационных ресурсов, источником которых являются многочисленные пользователи сети Интернет для реализации определенного бизнес-проекта. В пример автор приводит разработку операционной системы Linux. В рамках проекта обнаружилась нехватка средств для разработки и поддержания данного программного продукта. Однако открытый код позволил подключиться к реализации проекта инициативным программистам, имеющим возможность и желающим работать «за идею». Начинание оказалось успешным [13].

Использование технологии краудсорсинга незамедлительно начало воплощаться в бизнесе. Сначала в таких областях, как маркетинг, реклама, а затем и области создания и производства материальных продуктов.

Эффективность данной коммуникации обусловлена в первую очередь использованием простых каналов связи – интернет-технологии, а также мотивационными приемами – правильное описание получаемых выгод при участии в проекте, возможности расширения социальных контактов и связей, обуславливающих интенсификацию обратной связи. Эти способы направлены на привлечение компетентных, целеустремленных и ответственных индивидов, повышающих качество взаимодействий и уровень социального капитала как каждого участника сетевых отношений, так и самой сети краудсорсинг-проекта [14].

Таким образом, краудсорсинг, как и любая сетевая организация и технология, направлена на выявление и развитие инноваций, решение актуальных социальных проблем, интенсификацию трендов социального развития, а не отражает только технический аспект аккумуляции информационных ресурсов.

Помимо реализации своих компетенций и идей в рамках творческого процесса решения определенной проблемы краудсорсинг позволяет реализовывать клиентоориентированность в самых совершенных формах. Так, в рамках технологии краудфандинга (от англ. crowd - толпа и funding – финансирование) – частный случай краудсорсинга, заключающийся в коллективном сотрудничестве людей, которые объединяют свои ресурсы, как правило, деньги для различных социальных проектов помощи обществу, например, при стихийных бедствиях, а также финансирования стартап-компаний и малого предпринимательства (наряду с венчурным финансированием и бизнес-инкубаторами). Реализация технологии осуществляется посредством взноса определенной суммы, указанной в описании проекта, либо на безвозмездной основе, либо взамен будущего товара или услуги. По сути, происходит обмен информационными и финансовыми ресурсами между сторонами проекта, такое социальное взаимодействие можно рассматривать как предпосылку интенсификации отношений в рамках рыночного и сетевого взаимодействия.

Подводя итоги исследования необходимо отметить, что формирование и реализация социального капитала являются важнейшими условиями развития общественных отношений. Проявление социального капитала в различных формах неформальных коммуникаций отражается на деятельности формальных институтов, происходит взаимное обогащение социального капитала на всех уровнях его организации. Этот процесс можно назвать институализацией социального капитала, воплощающегося в становлении сетевого устройства коммуникаций, а технологическое развитие приводит к разрастанию сетевых взаимодействий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бурдые П. Формы капитала. Экономическая социология. 2002. № 5. С. 60-75.
2. Градосельская Г.В. Сетевые измерения в социологии: учеб. пособие. М.: Изд. дом «Новый учебник», 2004. 248 с.
3. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий. Общественные науки и современность. 2001. № 3. С. 122–139.
4. Putnam R.D. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. Touchstone Books by Simon & Schuster, 2001. 544 с.
5. Гуськова Н.Д., Ключева А.П. Современные теории социального капитала // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2012. № 2 (22). С. 152-160.
6. Савельев М.Ю. На пути к новой парадигме экономической и управленческой науки // Менеджмент: теория и практика. 1999. № 3–4. С. 42-63.
7. Савельев М.Ю. Тотальная демократия, социальный капитал и рента доверия // Надконституционные институты в разных культурных средах. Материалы междунар. науч.-методол. конф. «Экономические, социальные и политические институты в разных культурных средах» / под ред. М.Ю. Савельева, А.И. Савченко. Ижевск: Митра, 2015. С. 391-401.
8. Социальный капитал как научная категория: материалы круглого стола // Общественные науки и современность. 2004. № 4. С. 5–23.
9. Тернер Дж. Структура социологической теории. М.: Директ-Медиа, 2007. 829 с.
10. Смородинская Н.В. Глобализированная экономика: от иерархий к сетевому укладу. М.: ИЭ РАН, 2015. 344 с.
11. Савельев М.Ю. Мультикультурный институционализм: Общая экономическая теория цивилизаций. Политическая экономия традиционализма. Проект сетевого общества: [монография]. Ижевск: Митра, 2015.
12. Савельев М.Ю. Общая теория координации хозяйствующих субъектов (культурный контекст) // Надконституционные институты в разных культурных средах. Материалы междунар. науч.-методол. конф. «Экономические, социальные и политические институты в разных культурных средах»/ под ред. М.Ю. Савельева, А.И. Савченко. Ижевск: Митра, 2015. С. 281-296.
13. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. М.: Альпина Паблишер, 2014. 288 с.
14. Василькова В.В., Кольцов А.И. Краудсорсинг как новая социокommunikативная технология // Журнал научных публикаций «Дискуссия». 2015. № 7 (59). С. 78-84.

M.O. Miroshkin

**SOCIAL CAPITAL AS A BASIS OF THE NETWORK ECONOMY
AND THE MODERN COMMUNICATIONS TECHNOLOGIES**

This paper considers social capital as the most important source of modern changes taking place in the economy. First, an analysis of the basic concepts of social capital is carried out. A pluralism of opinions in relation to the social capital due to the intersubject nature of the category is revealed. Significant aspects of social capital inherent in all definitions are found. These include: the network structure of social capital, the level structure of the organization of interactions, the information component of any interactions, the trust factor as a basis of an opportunity and productivity of communications, and also separation into social and corporate interactions of factors which are at the same time interdependent. Intersections between informal organizations, which initially have an extensive communicative network with formal structures, causes the spread of the network nature of the relationship to all levels. An additional impetus to this process was also given by the technological development and the elimination of spatial, temporal and informational barriers. It is noted that network communications are an alternative to hierarchical and market communications. Attention is given to examples of virtual network interactions – technological frameworks (crowdsourcing and crowd funding) and real network interactions – clusters. The transformations of social interactions can be called institutionalization of social capital.

This study was supported by the Russian Science Foundation and was carried out at the Udmurt State University (Izhevsk, Russia), project No. 15-18-00049

Keywords: social capital, network economy, clusters, communication technologies, crowdsourcing.

Мирошкин Марат Олегович, аспирант

ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск, ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: miroshkin7@gmail.com

Miroshkin M.O., postgraduate student

Udmurt State University
Universitetskaya st., 1/4, Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: miroshkin7@gmail.com