

УДК 316.46:303.443.2(476)

М.Н. Макарова, А.К. Лебедева

РОЛЬ ЛИДЕРСТВА И СОЦИАЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ В РАЗВИТИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

В настоящей работе исследованы социологические аспекты в изучении социального капитала, в частности такие, как лидерство и социальные связи. Социологические теории человеческого капитала рассматривают его в связи с включением в социальные сети и союзы, обеспечивающие индивиду различного рода выгоды. Социальные связи могут быть рассмотрены как ресурс развития человеческого капитала. В статье показано, что человеческий капитал с точки зрения социологии может быть оценен посредством роли креативного класса и новых форм социальных связей, формирующих взаимодействия на межгрупповом уровне слабых связей, что расширяет сферу возможностей человеческого развития. Лидерство приобретает новые функции формирования узлов сети, позволяющих обеспечивать и развивать социальные связи на различных уровнях, способствуя социальной трансформации. Лидерские сети демонстрируют силу слабых связей, которая помогает лидерам добиваться своих целей посредством сотрудничества и обмена информацией с себе подобными, одновременно расширяя горизонты своей деятельности. Выделяют четыре вида лидерских сетей: сети взаимного лидерства, организационные сети, политические сети и сети коллективного руководства. Исследование лидерских сетей помогает также изучить формы коммуникаций, факторы воздействия на их интенсивность, доверие между участниками сети и т. д. Анализ лидерских сетей может включать такие задачи, как определение структуры сетей, их динамики, оценку их устойчивости во времени, способы взаимосвязи различных субъектов, эффектов изменений, происходящих в результате их деятельности. Сетевой анализ позволяет выявить ключевых и периферийных агентов сети, сильные и слабые связи между ними.

Ключевые слова: человеческий капитал, социальный капитал, лидерство, слабые связи, лидерские сети.

DOI: 10.35634/2587-9030-2019-3-2-139-147

Введение

В настоящее время человеческий капитал рассматривается как основной ресурс развития социально-экономической среды. Однако подходы к его пониманию и способам измерения остаются предметом постоянных дискуссий. Современные экономисты считают, что природные ресурсы – лесные минералы, климат, доступность воды, источники энергии и т. д. – играют важную роль в экономическом развитии. Страна, обладающая богатыми природными ресурсами, в состоянии развиваться быстрее, чем страна, которой таких ресурсов не хватает. Однако наличие обильных ресурсов не является достаточным условием для объяснения всех аспектов экономического роста. Экономика создается и управляется людьми, которые должны быть способны выполнять обязанности, необходимые для создания такой экономики. Вопросы экономического роста и спада зависят от населения. Это называется человеческим капиталом, и, чтобы по-настоящему понять мир, мы должны понимать роль, которую население играет в росте или спаде экономики.

В настоящей статье будет произведена попытка проследить роль социологических аспектов в измерении человеческого капитала, в частности таких, как лидерство и социальные связи. Важным аспектом развития и приращения социального капитала является способность к формированию новых идей и ценностей, формируемых лидерами, и впоследствии – к их распространению и внедрению, что, в свою очередь, обеспечивается системой социальных связей и отношений, существующих в обществе. Соответственно, прослеживается методологическое обоснование возможности взаимосвязи категорий «лидерство» и «социальные связи» в оценке человеческого капитала как социологической категории.

Человеческий капитал как социологическая категория

Человеческий капитал не является одномерной концепцией и может означать разные вещи для разных заинтересованных сторон. В деловом мире человеческий капитал – это экономическая ценность набора навыков сотрудника. Человеческий капитал представляет собой способность населения стимулировать экономический рост. Другие определения человеческого капитала могут включать

неявные знания, полученные неформально через опыт, межличностные навыки, физическое, эмоциональное и психическое здоровье людей. Исследования человеческого капитала нацелены на учет этого концептуального разнообразия и используют междисциплинарные подходы, ориентируясь на максимизацию человеческого потенциала региона.

Человеческий капитал является основным источником экономического роста. Это – источник как повышения производительности, так и технического прогресса. Фактически основное различие между странами заключается в темпах развития человеческого капитала. Слаборазвитые страны нуждаются в человеческом капитале для развития новых и расширяющихся государственных услуг, чтобы внедрять новые системы землепользования и новые методы ведения сельского хозяйства, разрабатывать новые средства коммуникации для продвижения индустриализации и построения системы образования.

Согласно «Прогнозу долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года», разработанному Минэкономразвития России, «качество государственного стратегического планирования (управления) во многом предопределяет возможность перехода к новой модели экономического роста, в основе которой факторами роста являются стимулирующая деловую активность институциональная среда и человеческий капитал» [6]. По утверждению Президента Российской Федерации, «смысл всей нашей политики – это сбережение людей, умножение человеческого капитала как главного богатства России. Поэтому наши усилия направлены на поддержку традиционных ценностей и семьи, на демографические программы, улучшение экологии, здоровья людей, развитие образования и культуры» [5]. Во многих официальных источниках присутствует акцент на развитии человеческого капитала, однако в настоящее время отсутствует устоявшееся определение категории «человеческий капитал».

Одним из основоположников теории человеческого капитала был Теодор Шульц. Он утверждал, что знания и навыки, приобретаемые людьми, являются продуктом преднамеренных инвестиций, однако их экономическая отдача не является очевидной в силу различных социально-экономических и законодательных ограничений [18]. Он предложил использовать инвестиционный подход к человеческому капиталу. Соответственно, инвестиции в человеческий капитал он понимал как инвестиции в различные виды образования, последующую профессиональную подготовку (корпоративное обучение), миграцию, здоровье, в поддержание определенного уровня информированности и в воспитание детей. Затраты на обучение необходимым трудовым навыкам являются существенным фактором преимуществ на рынке труда и побуждают экономистов утверждать, что при прочих равных условиях личные доходы варьируются в зависимости от объема инвестиций в человеческий капитал.

Последующие исследователи человеческого капитала подчеркивали многомерность этой категории. В частности, Г. Гарденер подчеркивал различные типы человеческого капитала и сделал вывод о том, что можно повысить уровень образования, но быть плохим менеджером; так же как и том, что успешный предприниматель может не иметь образования [4].

Человеческий капитал понимается не только как индивидуальная категория, но и как коллективные навыки, знания или другие нематериальные активы отдельных лиц, которые можно использовать для создания экономической ценности для отдельных лиц, их работодателей или сообщества [2], иначе говоря – как экономическая ценность способностей и качеств труда, которые влияют на производительность. Результатом является большая отдача для экономики и более высокий доход для отдельного человека [1]. Человеческий капитал относится к производственным факторам, исходящим от людей, которые используются для создания товаров и услуг. Знания, навыки, привычки, а также социальные и личностные качества – всё это является частью человеческого капитала, который способствует созданию новых благ и ценностей [7].

Человеческий капитал, рассматриваемый в широком смысле, включает себя, по мнению некоторых исследователей, нематериальные коллективные ресурсы, которыми обладают отдельные лица и группы. Эти ресурсы включают в себя знания, таланты, навыки, способности, опыт, интеллект, обучение, суждения и мудрость, которыми обладают индивидуально и коллективно, совокупная сумма которых представляет собой форму богатства, доступного для стран и организаций для достижения своих целей [9]. Эти концепции позволили исследователям рассматривать человеческий капитал в двух аспектах: во-первых, как индивидуальный человеческий капитал – навыки и способности от-

дельных работников; во-вторых, как человеческий капитал региона – совокупный человеческий капитал, который будет определяться национальными образовательными стандартами [11].

С учетом различных подходов обзор литературы приводит к следующему определению концепции человеческого капитала: человеческий капитал – это мера навыков, образования, способностей и характеристик труда, которые влияют на их производительный потенциал и потенциальный доход, способствующая созданию товаров и услуг в рыночных условиях.

Исследователи выделяют несколько базовых факторов развития человеческого капитала. В частности, сюда относятся следующие факторы социально-экономической среды: специализация и разделение труда, образование, профессиональное обучение, климат творчества. Инфраструктура экономики будет позитивно влиять на человеческий капитал. Хороший транспорт, связь, наличие мобильных телефонов и интернета очень важны для развития человеческого капитала. Экономика, в которой доминируют государственные монополии, может ограничить творческий потенциал и предпринимателей. Среда, которая поощряет самостоятельную занятость и создание бизнеса, позволяет более широко использовать потенциальный человеческий капитал в экономике. В современной экономике растет расхождение между низкоквалифицированными и низкооплачиваемыми временными рабочими местами. Высококвалифицированные и творческие работники имеют больше возможностей для самостоятельной занятости или престижных мест работы. Долгосрочный экономический рост все больше зависит от улучшения человеческого капитала. Более образованная, инновационная и творческая рабочая сила может помочь повысить производительность труда и экономический рост.

Социологические концепции человеческого капитала, в отличие от экономических, делают упор на отсутствие прямых связей между образованием и рынком труда, в котором получение соответствующего образования не дает необходимых для определенного вида труда навыков и может не получить прямой отдачи от инвестиций. Креденциализм, погоня за дипломами не всегда приводят в экономической отдаче от образования как на индивидуальном, так и на социальном уровне, считает Р. Февр [14. Р. 128]. Кроме того, эпоха глобализации и расширения передвижения работников позволила квалифицированным работникам перебраться из стран с низким уровнем в страны с более высоким уровнем дохода. Это может иметь негативные последствия для развивающихся стран, которые теряют свой лучший человеческий капитал. Социологи также подчеркивают, что человеческий капитал тесно связан с процессами социализации, что влияет на культурные, социальные и символические формы капитала.

Кроме того, социологические теории человеческого капитала рассматривают его в неразрывной связи с социальным капиталом, который понимается как коллективная ценность всех «социальных сетей и связей, рассматриваемых как ресурсы для достижения экономических, политических и других целей и для повышения качества жизни» [17. Р. 65]. Социальный капитал рассматривается как включение в социальные сети, союзы, которое дает индивиду различного рода выгоды. Таким образом, социальные связи могут быть рассмотрены как ресурс развития человеческого капитала.

Лидерство и социальные связи как основа развития человеческого капитала

Среди концепций, имеющих смысл для исследования человеческого капитала отдельных стран и регионов в социологическом измерении, особый интерес представляет концепция креативного класса, предложенная Ричардом Флоридой для определения социального слоя населения, способного к созданию нового. Ричард Флорида подразделяет креативный класс на две широкие группы. Первую группу включает так называемое *суперкреативное ядро*. Эта группа составляет около 12 % всех рабочих мест и представлена широким спектром профессий: наукой, инженерией, образованием, программированием, сферой искусства, дизайном и медиа. Флорида считает, что принадлежащие к этой группе способны к «созданию значимых новых форм» [85]. Суперкреативное ядро считается инновационным, поскольку основная функция его представителей – быть творческими и способными к производству инноваций. «Макс Вебер когда-то указал на то, что протестантская этика обеспечила принципы бережливости, трудолюбия и деловитости, которые легли в основу раннего капитализма» [19]. Он подчеркивал также и приверженность духу креативности.

Другую группу креативного класса, согласно Флориде, составляют так называемые *творческие профессионалы*. Эти специалисты являются представителями экономики, основанной на знаниях; в частности, сюда относятся работники здравоохранения, бизнеса и финансов, юридического сектора и образования. В своей работе они «опираются на сложные совокупности знаний для решения кон-

кретных проблем», используя для этого более высокие уровни образования и сложные компетенции [10]. Даже представители рабочих и обслуживающих профессий могут найти себе место среди представителей креативного класса, поскольку современная экономика знаний все больше требует от них самостоятельности в принятии решений и творческого отношения к работе.

Креативность как характеристика человеческого капитала является возможностью разрыва существующих стереотипов и моделей поведения, то есть основой для инноваций. При этом креативность рассматривается не как некий особый талант индивида, а как способность к нестандартному подходу к рассмотрению любых жизненных ситуаций, которой можно и нужно учиться, поскольку эта способность основывается не на гении, а на опыте [10. С. 47]. Креативные люди руководствуются в большей степени внутренней, а не внешней мотивацией, поэтому зарабатывание денег для креативного класса может выступать далеко не первичным фактором. Другой важный аспект креативности – ее способность формировать команды, в особенности на этапе верификации и внедрения идей. Флорида задается целью выяснить, какие общества наиболее восприимчивы к новым идеям и способствуют развитию креативного класса.

Креативность становится не уделом гениев, а распространенным требованием к работникам любого уровня, включая массовых рабочих. Это связано с тем, что современная экономика развивается посредством постоянного создания новых знаний. Возрастает роль научных исследований, формируются «креативные предприятия», где помимо физического труда работников используются их идеи и способности к инновационным решениям. Креативность становится универсальным свойством индивидуальной и общественной жизни, обеспечивающим возможности позитивных изменений. «Работа, личная жизнь, целые отрасли промышленности и географические регионы начинают управляться принципами непрерывного, динамического креативного взаимодействия» [10. С. 57].

Концентрация людей с креативными возможностями способствует развитию разнообразия в современных регионах. И наоборот, разнообразие в ценностях, видах практик и инфраструктуре мест жительства и работы способствует «притяжению» креативного класса. Разрабатывая свой индекс креативности, Флорида пришел к выводу, что некоторые регионы США отличаются высокой концентрацией инноваций и высоких технологий, а также разнообразия во взглядах и ценностях. Важно также и то, что представители этого класса «тянутся» в места с преобладанием себе подобных, то есть таких же креативных «инноваторов».

Флорида обнаружил взаимосвязь креативного класса и социального капитала. Для этого он использует исследования Роберта Патнэма. Патнэм в книге «Игра в боулинг в одиночку» [17] показывает ослабление социальной интеграции и сплоченности в современном обществе, что создает условия для формирования так называемых слабых связей и транзитивного капитала, который связывает представителей различных социальных групп с целью их интеграции в более масштабные сообщества. Р. Флорида показывает усиление индивидуализации в современном обществе с одновременным развитием разнообразия и созданием возможностей для реализации идентичности самых разных социальных групп. Поэтому современные условия социальной среды должны обеспечивать возможности для разнообразных социальных практик. «Креативный класс образован людьми разных типов, интересов и предпочтений. Чтобы достигнуть реального успеха, города и регионы должны предложить что-то для каждого из них» [10. С. 259].

Он заметил, что в регионах с развитым индексом креативности показатели социального капитала, связанные с участием в сообществах, политической и гражданской активностью, несколько ниже. На основе использования метода фокус-групп он объяснил эту ситуацию тем, что представители креативного класса понимают «чувство общности», о котором писал Патнэм, несколько иначе: люди ищут сообщества, которые уважают их индивидуальность и свободу, а также ценят разнообразие: «Конечно, они хотят принадлежать обществу, но не настолько, чтобы это мешало им быть самими собой и жить собственной жизнью. Они против того, чтобы друзья и соседи наблюдали за их жизнью через забор. В реальности им хочется того, что я стал называть квазианонимностью. В терминах современной социологии, эти люди предпочитают предпочитать слабые связи сильным» [10. С. 295].

Дальнейшие исследования человеческого и социального капитала связаны с исследованиями роли лидерства и социальных взаимосвязей в процессе распространения новых знаний и идей, способствующих созданию ценностей для развития индивида и социума. Эти исследования основываются на следующих основных тезисах: 1) развитие новых знаний и идей зависит от восприятия сообщества поступающих сигналов и связанных с ними угроз и рисков; 2) развитие новых знаний и идей обеспечивается посредством социальных связей, и в наибольшей степени «слабых» связей; 3) распро-

странение новых знаний зависит от степени социальной сплоченности и способности сообщества мобилизоваться для решения определенных задач и продвижения инноваций.

Лидерство в развитии человеческого капитала является инструментом, позволяющим мобилизовать сообщества в процессе внедрения инноваций и стимулирования изменений. Для внедрения изменений необходима передача инновационных идей и методов от лидеров к последователем, то есть процессы диффузии знаний, идей и технологий. Речь идет о том, что человеческий капитал является основой и в то же время продуктом развития социального капитала. Последний понимается как идеи, материальные ресурсы, взаимосвязи и другие механизмы, которые повышают качество жизни человека и его возможности. Социальный капитал приращивается за счет вовлечения в различные социальные взаимосвязи, сети, повышающие уровень жизни, знаний, и другого рода ресурсы каждого участника взаимодействия. Эта концепция, в частности, представлена в работах М. Грановеттера [3].

Проблематика роли слабых связей в развитии человеческого капитала восходит к дискуссии о взаимосвязи дифференциации и интеграции в процессе урбанизации и глобализации. С одной стороны, ослабление дружеских межличностных связей является фактором социального отчуждения в урбанизированном обществе, а с другой – формирование слабых связей способствует развитию новых форм социальных отношений, распространению новых идей и развитию новых форм социальной мобильности.

Сила связей определяется комбинацией времени, эмоциональной вовлеченности, взаимного доверия и взаимно оказываемых услуг. Сильные связи часто основываются на взаимодействии в местном сообществе либо межличностных дружеских контактах. Примером сильных связей может быть группа близких друзей или часто (например, еженедельно) встречающаяся религиозная группа. Слабые связи – это мосты между сплоченными группами или опосредованные связи. Примером слабых связей, например, может быть сообщество любителей игры в боулинг.

Грановеттер доказывает, что именно слабые связи, а не ближайшие круги общения обеспечивают развитие новых знаний и идей, то есть, мы можем сделать вывод о том, что человеческий капитал развивается посредством «возможностей субъекта манипулировать сетями с целью мобилизации сообщества». Связи второго (не ближайшего, а более отдаленного) сектора более перспективны для развития человеческого капитала, поскольку не прямые контакты расширяют знания индивидов о мире, «находящемся за пределами его дружеского круга». Он называет эти связи *мостами*, которые обеспечивают продвижение новых знаний, технологий, социальную мобильность и развитие общества в целом.

Как отмечает Грановеттер, «такие связи важны не только для возможностей субъекта манипулировать сетями, но также и потому, что они являются каналами, по которым к субъекту попадают социально удаленные от него идеи, влияние или информация. Чем меньше у субъекта не прямых контактов, тем более ограниченными будут его знания о мире, находящемся за пределами его дружеского круга; отсюда получается, что слабые связи-мосты (и те не прямые контакты, которые они обеспечивают) оказываются важными в обоих отношениях» [3. С. 46].

Нан Лин преобразовал теорию слабых связей Грановеттера в концепцию социальных сетей. Он рассматривал два теоретических подхода к описанию процесса получения отдачи от социального капитала. Доступный социальный капитал рассматривается с точки зрения его потенциала как набор ресурсов, встроенных в социальные сети, и оценивается с точки зрения емкости: чем богаче или больше емкость, тем лучше отдача. Мобилизованный социальный капитал определяется с точки зрения его фактического использования, например в производстве; то есть чем лучше использовался капитал, тем лучше отдача. Таким образом, при оценке того, обеспечивают ли обязательные или связывающие социальные отношения достаточный или недостаточный социальный капитал, необходимо учитывать два условных фактора: цель действия и объем вложенных ресурсов. Для «экспрессивных» целей, где главная задача – сохранение существующих ресурсов (например, поддержание безопасности или сохранение брака), связывающие отношения могут быть необходимым и достаточным условием для доступа и мобилизации вложенных ресурсов. Для «инструментальных» целей, где необходимы дополнительные и лучшие ресурсы (например, получение новой работы или строительство больницы), доступ к лучшему социальному капиталу требует расширения своего охвата за пределы внутренних кругов посредством слабых связей. Возможности доступа к новым социальным связям зависят от открытости социальных сетей, целей деятельности и необходимости привлечения различного рода ресурсов [16. Р. 59].

Также исследователями отмечается ведущая роль лидерства в привлечении как внутренних, так и внешних ресурсов посредством социальных связей и сетей различного уровня. При этом часто используется понятие «трансформационное лидерство», или лидерство для изменений, что также соотносится с категорией *креативного класса*, предложенной Р. Флоридой, который считал, что индивидуализированный креативный класс нуждается в самоорганизации и развитии новых форм коллективного действия. Одной из главных задач для креативного класса Флорида считает выработку «новых общественных связей в условиях растущего разнообразия и фрагментации» [10. С. 344]. Роль социальных связей и различного рода взаимодействий отмечается в большинстве определений лидерства [13. С. 2]. Лидеры изменений должны исследовать условия среды, чтобы контролировать внешние и внутренние воздействия, и учитывать многообразные точки зрения на процессы изменений. Говоря словами Флориды, новые формы лидерства должны «открыть шлюзы креативности» [10. С. 352]. Они формируют ролевые модели для выстраивания связей для развития внутри- и межорганизационного сотрудничества и стимулируют к этому своих последователей. Ряд исследований показывают важность как сильных, так и слабых связей в деятельности лидера. Чем больше у лидера социальных связей и чем в большее число социальных сетей он вовлечен, тем выше его возможности привлекать и распространять ресурсы и тем выше эффективность его деятельности [12].

Эти выводы являются наиболее ценными, когда мы говорим об использовании интернет-контактов и виртуальных социальных сетей, в которых большинство связей являются слабыми, что позволяет использовать эту методику для исследования лидерства как инструмента развития человеческого и социального капитала. Развитие интернета и социальных сетей увеличивает силу слабых связей и делает распространение новых идей и ценностей более эффективным. В настоящее время интернет является незаменимым инструментом формирования новых связей и мостов для продуцирования социальных изменений, в которых лидеры играют ведущую роль узловых пунктов сетей, объединяющих различные типы групп и форм активности.

При исследовании лидерства как формы привлечения человеческого капитала интересным представляется анализ не только социальных связей лидеров с последователями (внутренние сети), но и сетей взаимодействия самих лидеров, которые они используют для развития своих организаций и проектов, а также другие связи. При этом интернет и социальные сети разрывают границы формального и неформального, что делает лидеров более открытыми, а их связи – более многоплановыми. Исследования показывают, что среди дружеских связей лидеров преобладают представители их круга, то есть лидеры предпочитают взаимодействовать с лидерами [13. С. 15-16]. Подобного рода выводы позволяют выявлять своего рода *лидерские сети* [15. Р. 606] и формировать «карты лидеров». Такие карты помогают лидерам легче находить необходимые контакты в собственной сфере и в сопутствующих областях. Лидерские сети демонстрируют силу *слабых связей*, которая помогает лидерам добиваться своих целей посредством сотрудничества и обмена информацией с себе подобными и одновременно расширять горизонты своей деятельности. Исследование лидерских сетей помогает также изучить формы коммуникаций, факторы, влияющие на их интенсивность, доверие между участниками сети и т. д. В такого рода сетях отношения конкуренции и кооперации находятся в напряженном взаимодействии: с одной стороны, каждый лидер старается занять более центральную позицию, чтобы привлечь различного рода ресурсы. С другой стороны, кооперация помогает лидерам достичь необходимых целей и расширить объем своих сетей. Поэтому отношения конкуренции начинают уступать отношениям кооперации и сотрудничества. Обычно выделяют несколько видов лидерских сетей [15. Р. 601].

Сеть взаимного лидерства (*peer leadership networks*) представляет собой систему социальных связей между лидерами, которые связаны общими интересами и обязательствами, совместной работой или общим опытом. Лидеры в сети делятся информацией, дают друг другу советы и обеспечивают взаимную поддержку, учатся друг у друга, а иногда и сотрудничают в рамках различных проектов. Сети коллег-лидеров предоставляют друг другу доступ к ресурсам, которым они могут доверять. Программы развития подобного рода сетей часто направлены на создание и стимулирование лидерских сетей для расширения доверительных связей между лидерами. Такие сети носят горизонтальный и равноправный характер, основаны на взаимном доверии и сотрудничестве и наиболее распространены в социальной сфере и среди некоммерческих организаций.

Организационное лидерство представляет собой набор социальных связей, которые структурированы для повышения производительности. Эти связи часто носят неформальный характер и суще-

ствуют вне формальных организационных структур, например когда работник обращается за советом к коллеге, не являющемуся его руководителем, чтобы решить проблему быстрее. В других случаях команды или сообщества намеренно создаются для преодоления разрозненности организации, которая мешает работе, прибыли или выполнению организационной миссии. На межорганизационном уровне руководство сети поддерживает организации в соответствии с общими интересами для производства продукта или более эффективного предоставления услуг.

Руководство политикой (политические сети) предполагает сеть, объединяющую лидеров, которые разделяют общие интересы и стремятся влиять на область практики или политики. Эти сети стремятся к формированию среды для реализации различных общественных целей, новых стандартов для достижения целей и реализации проектов. Эффективные сети лидерства на местах позволяют лидерам легче находить общий язык для решения тех или иных проблем. Лидеры разного уровня совместно мобилизуют поддержку и влияют на политику и распределение ресурсов. Примером могут выступать коалиции государственных органов, бизнеса и общественных организаций для решения проблем коррупции или преодоления бедности.

Коллективное руководство определяется как самоорганизованная система социальных связей между людьми, привлеченными к общему делу или ориентированными на общую цель. Эти виды сетей объединяют связи в локальных сообществах. По мере роста числа локальных группировок и усиления взаимодействия эти группы начинают выравниваться для формирования более крупных сетей.

Следует отметить, что многообразие связей в современном обществе может способствовать смешению этих типов и формированию сетей на различных уровнях в зависимости от целей деятельности, типов организаций и потребностей в формировании новых контактов для достижения целей. Рассмотрим некоторые примеры исследования и формирования лидерских сетей. Одним из них является сеть лидеров в сфере здравоохранения «Сьерра» (The Sierra Health Leadership Network), включающая более 130 лидеров из 21 населенных пунктов Северной и Центральной Калифорнии (США) [15. Р. 606]. Все лидеры участвовали в программе подготовки лидеров «Сьерра», тренингах и других формах обучения лидеров в сфере здравоохранения. В процессе обучения лидеры получали возможности взаимодействия, обмена опытом, предусматривающие саморефлексию, прояснение ключевых ценностей, поиск общих целей. Фонд предполагает возможность непосредственных контактов основных акторов три раза в год, сопровождающихся обучением, исследованием новых тем и идей и привлечения новых организаций и сообществ. Исследования этой сети основывались на опросе представителей сети о своих коллегах, направлениях и сферах взаимосвязи с ними.

Другой пример демонстрирует успешный опыт формирования «Карты лидеров изменений в социальной сфере», осуществленный в рамках проекта «СоцЧейн» группой исследователей благотворительного фонда «Друзья», Центра содействия инновациям в обществе «СОЛЬ» и Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления «Сколково». Главная задача этого проекта – построение карты лидеров, производящих изменения в социальной сфере России. Карта была построена с использованием метода снежного кома и сетевого анализа методом интервью (333 информанта из 31 региона). Методология этого исследования также была построена на идее, что слабые связи являются наиболее эффективными в продвижении изменений, иницилируемых лидерами. «Для распространения инноваций необходимо, с одной стороны, чтобы возникали новые связи (отношения в атмосфере доверия) с людьми из незнакомых сообществ, а с другой стороны – чтобы плотность связей в ближайшем окружении не становилась препятствием (привычным болотом). Это должно стать фокусом при организации мероприятий для лидеров изменений» [8. С. 7].

Подобного рода примеры являются попытками исследований не только лидерских сетей различных типов, но и практик формирования подобных сетей, способствующих развитию социальных связей на различном уровне.

Заключение

Человеческий капитал является комплексной категорией, определяемой не только в рамках экономических или стоимостных подходов – с точки зрения материальной или финансовой отдачи от вложений в развитие человеческих способностей и инновационного потенциала социальных общностей различного уровня, но и с точки зрения изучения факторов развития человеческого капитала, одним из которых является социальный капитал. В настоящее время приобретают значимость профессии, которые приводят к созданию нового, что формирует новые социальные слои, способные

к привлечению человеческого капитала. Эти группы начинают влиять не только на экономические показатели регионов, но и на социальные связи и ценности, обеспечивающие все большее разнообразие и новые формы связей.

Традиционные солидарности и сильные связи, формирующие и укрепляющие группы, сосуществуют с таким типом связей, которые соединяют между собой разнообразные группы, что позволяет расширять возможности, развивать знания и создавать новые ценности. Для развития этих связей необходимы своего рода узловые пункты, концентрирующие связи и развивающие ценности. Такими узловыми пунктами являются лидеры, которые, в свою очередь, сами формируют сети, которые способны изменить мир и нуждаются в тщательном изучении. Анализ лидерских сетей может включать такие задачи, как определение структуры сетей, их динамики, оценка их устойчивости во времени, способы взаимосвязи различных субъектов, эффектов тех изменений, происходящих в результате их деятельности. Сетевой анализ позволяет выявить ключевых и периферийных агентов сети, сильные и слабые связи между ними. Многообразие взаимосвязей порождает новые типы идентичностей, которые могут быть исследованы посредством «социальных историй», позволяющих выявить особенности восприятия индивидов и групп, лидеров и эффектов коммуникации в сети.

Необходимо учитывать также риски, связанные с исследованиями лидерских сетей. В отличие от традиционных опросов сетевой анализ требует предоставления информации о конкретных людях, что нарушает принципы анонимности и конфиденциальности. Нежелание индивидов участвовать в исследовании на основании нежелания предоставления информации о себе может исказить результаты исследования [15. Р. 614]. Это особенно актуально для исследований организационных сетей или местных сообществ, где контакты часто носят непубличный характер и могут вызвать этические проблемы. Однако, когда мы говорим о политических сетях и сетях взаимного лидерства, подобные исследования часто вскрывают связи, уже являющиеся публичными (коалиции, союзы или группы в социальных сетях), вследствие чего их актуализация может помочь дальнейшему развитию сети, продвижению реализуемых проектов, а также формированию новых полезных связей. Решением этических проблем может быть построение *анонимных сетей*, когда реальные имена участников не афишируются; однако и в этом случае трудно быть уверенным в сохранении анонимности, когда результаты исследования оказываются доступны участникам сети. Поэтому очень важно получить согласие на использование данных об участниках исследования. Другим фактором риска является то, что в случае исследования слабых связей очень трудно зафиксировать все необходимые компоненты сети, то есть избежать пробелов. Например, исследование методом «снежного кома» не позволяет учесть всех субъектов, что усложняет объективность полученных данных. Поэтому сетевые исследования нуждаются в триангуляции, сочетании различных методов: наряду с опросом можно использовать анализ интернет-сетей, сайтов и блогов, отражающих внутри- и межгрупповые связи. Поскольку пока не существует единых стандартов сетевого анализа, его методология является интересным пространством для экспериментов и новых поисков. Тот факт, что исследование лидерских сетей и взаимосвязей не только является способом анализа социальной реальности, но и может повлиять на нее, одновременно является плюсом и минусом этого метода и нуждается в дальнейшем изучении.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Волков А.Д., Морозов А.А. Человеческий капитал и социальная безопасность: взаимосвязь явлений // Креативная экономика. 2018. Т. 12, № 4. С. 467-480.
2. Гильдингерш М.Г., Алексеева И.А. Современные тенденции формирования человеческого капитала высших учебных заведений // Экономика труда. 2018. Т. 5, № 1. С. 29-42.
3. Грановеттер М. Сила слабых связей // Экономическая социология. 2009. Т. 10, № 4. С. 31-50.
4. Капелюшников Р.И. Экономические очерки: Методология, институты, человеческий капитал. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 574 с.
5. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 01.12.2016 «Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_207978/
6. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года (разработан Минэкономразвития России) [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144190/
7. Разумова Т.О. Влияние новой технологической революции на сферу труда // Научно-практический журнал «Социально-трудовые исследования». 2018. № 4 (33). С. 63-72.
8. СоцЧейн. Карта лидеров изменений в социальной сфере. [Электронный ресурс]. URL: <http://soc-chain.ru/files/215x280ruWeb.pdf>.

9. Суханова Т.В. Экономический рост и социальное неравенство – глобальные проблемы современности // Экономика труда. 2018. Т. 5, № 4. С. 925-934.
10. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. 384 с.
11. Хаджалова Х.М., Савзиханова С.Э. Качество человеческого капитала: гендерный аспект // Креативная экономика. 2018. Т. 12, № 4. С. 481-490.
12. Balkundi P., Kilduff M. The ties that lead: a social network approach to leadership. *The Leadership Quarterly*. 2005. No. 16. P. 941-961.
13. Carter D., Dechurch L., Braun M., Contractor N. Social Network Approaches to Leadership: An Integrative Conceptual Review // *Journal of Applied Psychology*. 2015. No. 100 (3). P. 1-26.
14. Fevre, R. Some Sociological Alternatives to Human Capital Theory and Their Implications for Research on Post-Compulsory Education and Training // *Journal of Education and Work*. 1999. No. 12 (2). P. 117-140.
15. Hoppe B., Reinelt C. Social network analysis and the evaluation of leadership networks // *The Leadership Quarterly*. 2010. No. 21. P. 600-619.
16. Lin N. *Social Capital: A Theory of Structure and Action*. London and New York: Cambridge University Press, 2001. 278 p.
17. Putnam R. *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster, 2000. 541 p.
18. Shultz T. *Investment in Human Capital*. N.Y., London, 1971. 84 p.

Поступила в редакцию 06.05.2019

Макарова Марина Николаевна, доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры социологии

E-mail: makmar11@mail.ru

Лебедева Анастасия Константиновна, студентка магистратуры института истории и социологии

E-mail: loskira7@gmail.com

ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»

426034, Россия, г. Ижевск, ул. Университетская, 1 (корп. 6)

M.N. Makarova, A.K. Lebedeva

THE ROLE OF LEADERSHIP AND SOCIAL TIES IN THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL

DOI: 10.35634/2587-9030-2019-3-2-139-147

The sociological aspects of studying human capital, leadership and social ties, are considered in this article. Sociological theories of human capital consider it in its connection with social capital that can be defined as an engagement in social relations, units and networks giving one some benefits. Social ties are the resource of development of human capital. The article shows that human capital can be evaluated from sociological perspective through the role of a creative class and new forms of ties that constitute integration on the intergroup level (weak ties). Such forms of communication significantly expand the sphere of opportunities for human development. The leadership acquires new functions of building nodes of networks that establish and develop social ties on different levels, and contribute to social transformation. Leadership networks demonstrate strength of weak ties that allows leaders to reach their goals through collaboration and sharing information with their own kind and to broaden the scope of their activity. There are four types of leadership networks: peer leadership networks, organizational leadership networks, field-policy leadership networks, and collective leadership networks. Study of the leadership networks helps to research forms of communications, factors influencing their intensity, trust among the network's actors etc. Analysis of the leadership networks includes such objectives as definition of network structure; their dynamics; evaluating ways of communications, and impacts of changes that occur as the result of their activity. Network analysis allows finding out the core and peripheral agents of network, and strong and weak ties between them.

Keywords: human capital, social capital, leadership, weak ties, leadership networks.

Received 06.05.2019

Makarova M.N., Doctor of Sociology, Professor of the Sociology Department

E-mail: makmar11@mail.ru

Lebedeva A.K., Master Student of the Institute of History and Sociology

E-mail: loskira7@gmail.com

Udmurt State University

Universitetskaya st., 1/6, Izhevsk, Russia, 426034