

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ: ВЗАИМОВЛИЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ

О. Ю. Жуковская, к. э. н., доцент, доцент кафедры инноватики
и предпринимательской деятельности

E-mail: oyzhukovskaya@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-7837-2782

Белорусский государственный университет,
ул. К. Маркса, 31, 220030, г. Минск, Республика Беларусь

Аннотация. Целью статьи является анализ новых аспектов накопления и использования, а также возможностей роста важной детерминанты благосостояния – социального капитала – во взаимосвязи с активным развитием социальных сетей в условиях цифровизации и современной социально-экономической ситуации. Исследованы взаимовлияние, а также развитие социального капитала, социальных медиа и социальных сетей в контексте концепции цифрового разрыва. Предложено выделение цифрового социального капитала с учетом различных источников и эффектов данного социально-экономического феномена. Кроме того, проведён эконометрический анализ социального капитала, различных социально-экономических показателей, а также онлайн-активности. На основе количественных и качественных аспектов современного социального капитала рассмотрены социальные медиа и социальные сети, информационно-коммуникационные технологии (далее – ИКТ) с учетом дуалистической природы сети интернет, а также цифровизации.

Ключевые слова: социальный капитал, цифровой социальный капитал, социальные сети, социальные медиа, цифровой разрыв, слабые связи, интернет, ИКТ

Для цитирования: Жуковская, О. Ю. Социальный капитал и социальные сети в условиях цифровизации: взаимовлияние и особенности реализации / О. Ю. Жуковская // Цифровая трансформация. – 2020. – № 4 (13). – С. 21–33. <https://doi.org/10.38086/2522-9613-2020-4-21-33>



© Цифровая трансформация, 2020

Social Capital and Social Networks under the Conditions of Digitalization: Interconnections and Implementation Features

O. Y. Zhukovskaya, Candidate of Science (Economics),
Associate Professor, Associate Professor
of the Innovatics and Entrepreneurial Activity Department

E-mail: oyzhukovskaya@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-7837-2782

Belarusian State University, 31 K. Marx Str., 220030
Minsk, Republic of Belarus

Abstract. The goal of the article is to analyze the new aspects of accumulation and usage, as well as the opportunities for growth of an important determinant of well-being – social capital – in connection with the active development of social networks under the conditions of digitalization and current social and economic situation. The interconnections as well as the development of social capital, social media and social networks in the context of the digital divide concept were investigated. It was suggested to distinguish digital social capital taking into account different sources and effects of this social and economic phenomenon. In addition, the econometric analysis of social capital, various social and economic indicators, as well as online activity was conducted. Based on the quantitative and qualitative aspects of modern social capital, social media and social networks, information and communication technologies (hereafter – ICT) were analysed, considering the dual nature of the Internet as well as digitalization.

Key words: social capital, digital social capital, social networks, social media, digital divide, weak ties, Internet, ICT

For citation: Zhukovskaya O. Y. Social Capital and Social Networks under the Conditions of Digitalization: Interconnections and Implementation Features. *Cifrovaja transformacija* [Digital transformation], 2020, 4 (13), pp. 21–33 (in Russian). <https://doi.org/10.38086/2522-9613-2020-4-21-33>

© Digital Transformation, 2020

Введение. В настоящее время все более и более актуальным становится вопрос о социальных сетевых медиа, главным образом социальных сетях, в интернете: так, с одной стороны, постоянно возрастает численность пользователей (что особенно сильно проявляется в современных социально-экономических условиях), а с другой стороны, увеличивается влияние онлайн социальных медиа на различные экономические и бизнес-процессы. Отметим, что интернет в целом создает условия для пиринговой / одноранговой (peer-to-peer, P2P) экономики и большего равенства субъектов, поскольку пользователи могут получать информацию и взаимодействовать на более паритетной основе в сравнении с традиционными отношениями. Итак, формируются новые разновидности и способы социальных взаимодействий, которые оказывают влияние на социально-экономические показатели и результаты, а также нуждаются в особой организации и требуют комплексного рассмотрения.

Основная часть. Доступ пользователей из различных государств мирового сообщества, социальных групп к онлайн-ресурсам может быть неодинаков: существует проблема так называемого «цифрового разрыва / раскола или цифрового / информационного неравенства» (digital divide) [1], которая может проявляться как неравенство субъектов на трех различных уровнях: 1) наличие и качество доступа к сети интернет; 2) интернет-инструменты (качественные аспекты доступа к ресурсам онлайн: мотивация, возможности, навыки субъектов и др.); 3) социальные, экономические, культурные и др. выгоды / результаты, получаемые при использовании интернет-ресурсов.

Тем не менее, заметим, что в более значительной степени неравенство наблюдается не при доступе к сети интернет в целом, а в процессе присоединения к ресурсам и использования *онлайн социальных сетей* (online social networks), что иногда также рассматривается как «цифровой разрыв второго уровня» [2]. Под такими сетями понимаются индивиды, группы и организации, которые объединяются друг с другом посредством интернета: так, *компьютерные сети* онлайн – это взаимосвязанные устройства, которые позволяют передавать информацию и контактировать субъектам, в то время как *социальные сети* онлайн – взаимосвязи людей, которые устанавливаются при содействии электронных устройств (итак, интернет – это компьютерная, а не социальная сеть) [2, p. 178].

Понятие «социальная сеть» включает в себя контент, структурированную аудиторию и выполняет социальные функции коммуникации, исходя из чего может быть отнесено в определенной мере к социальным сетевым медиа [3, с. 230]. Можно рассматривать социальные сети как особый симбиоз социальных и технических инструментов (при этом техническое, программное обеспечение сети выступает необходимым средством решения ее социальных задач), поэтому социальные сети являются специфической конкретной формой социально-ориентированных интернет-технологий [4, с. 88].

Социальные медиа онлайн, в свою очередь, включают не только социальные сети, но и блоги, форумы, сайты знакомств, вики, видео-хостинги, социальные закладки и др. [5] (например, Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Snapchat, YouTube и др.), представляя собой совокупность онлайн коммуникационных каналов, направленных на взаимодействие, обмен контентом и сотрудничество [6, p. 7].

Таким образом, в онлайн мире коммуникация в целом упрощается и может осуществляться как между знакомыми, так и незнакомыми, тем не менее, не только размер сети (как свидетельствует, например, закон Меткалфа), но и качество и количество встроенных в нее ресурсов имеют особое значение. Несмотря на то, что интернет создает условия для увеличения числа взаимодействий и контактов, не все эти возможности приводят к росту качественных аспектов онлайн социальных сетей (в том числе, социального капитала), и, как следствие, улучшению реальных социально-экономических показателей.

Сегодня важен не только и не столько технический, сколько социальный аспект интернета, в том числе социальные сети. Тем не менее, в этой связи особого внимания заслуживает, прежде всего, дуалистическая природа виртуальной среды: так, активность в виртуальной среде может отвлекать от офлайн-деятельности. В то время как именно реальные социально-экономические показатели (в том числе, благосостояние населения, ВВП и др.) оказывают влияние на субъектов, а также развитие стран. В настоящее время социальный капитал в связи с усилением взаимосвязей и взаимозависимостей в условиях роста инновационности и цифровизации экономики, а также онлайн взаимодействий, приобретает новые черты и может оказывать большее влияние на социально-экономическое развитие. Таким образом, данный социально-экономический феномен по-

средством формирования и реализации связей в виртуальной среде влияет на реальные процессы и явления (оказывается связующим звеном между онлайн- и офлайн-активностью).

Итак, наряду с социальным капиталом в целом [7, с. 76] актуальным становится и рассмотрение *цифрового социального капитала* (ключевой составляющей, в частности, является социальный капитал в сети интернет, или социальный капитал онлайн), специфика которого, по нашему мнению, заключается в организационно-экономических отношениях между социально-экономическими субъектами, приносящих социально-экономическую выгоду (в виде, например, получения опосредованного прямого или косвенного дохода) посредством экономии транзакционных и трансформационных издержек, обеспечения доступа к разнообразным по типу ресурсам, благам и ценностям (в том числе информации) на основе цифровых технологий (как онлайн, так и офлайн), обеспечивающих формирование сетей социально-экономических связей на уровне общества, социальных групп и отдельных субъектов. Таким

образом, важным для разграничения разновидностей социального капитала (в том числе, для определения цифрового социального капитала) становится выделение источников и результатов данного социально-экономического феномена. Например, для цифрового социального капитала основными средствами аккумуляции являются онлайн-технологии, в первую очередь воплощенные в онлайн социальных медиа (например, социальных сетях, а также отдельные офлайн инструменты (к примеру, средства массовой информации, SMS и др.).

Отметим, что именно онлайн социальные связи и цифровой социальный капитал приобретает в настоящее время все большее распространение и значение. Сегодня число индивидуальных пользователей сети интернет по данным Международного союза электросвязи (International Telecommunication Union, ITU) составило в 2019 г. 4,1 млрд. чел., или 53,6% населения Земли [8]; социальные сети в 2019 г. применяли 3,4 млрд. чел., в 2020 г. – 3,6 млрд., а к 2025 г. прогнозируется рост до 4,41 млрд. [9]. При этом наибольшее

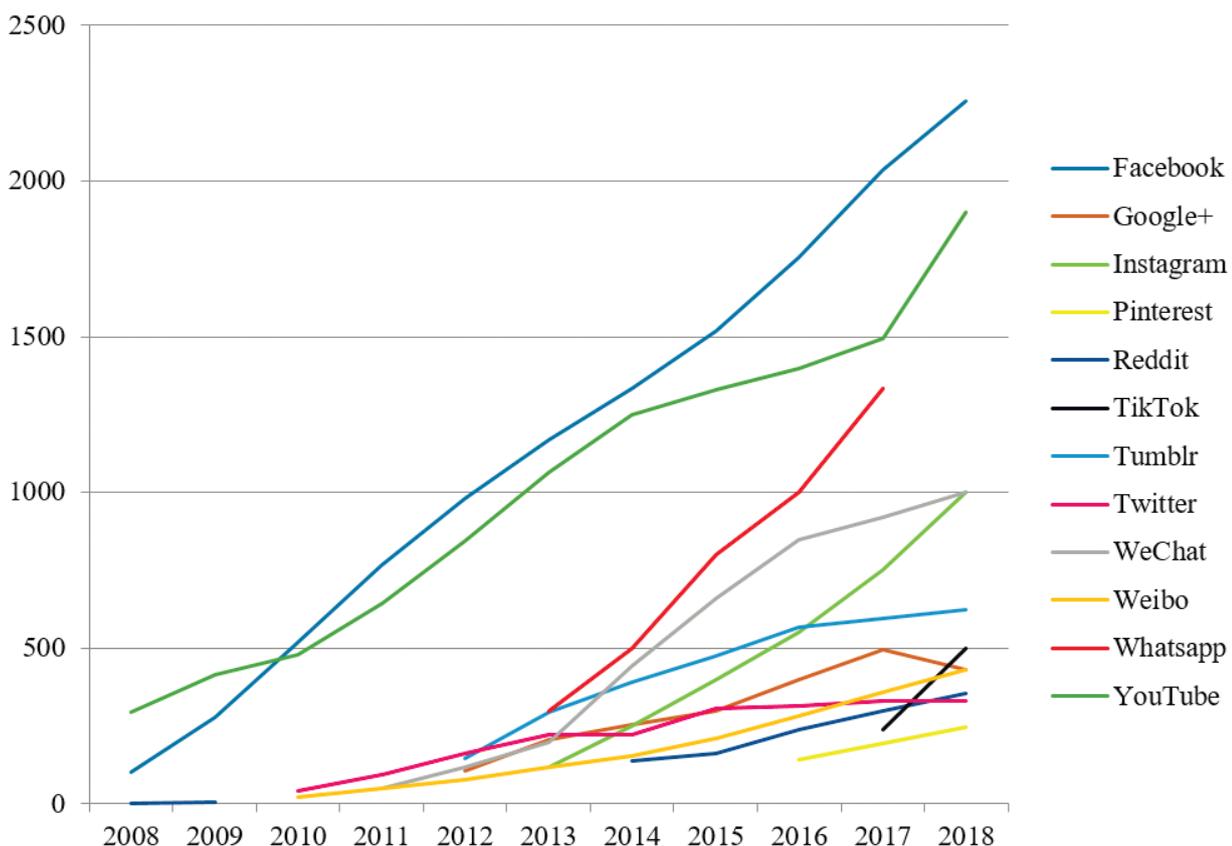


Рис. 1. Численность активных пользователей (в месяц) некоторых наиболее популярных социальных сетей и социальных медиа (с элементами социальных сетей) за 10 лет с 2008 по 2018 гг. (в млн.)

Примечание. Разработка автора на основе [13].

Fig. 1. Number of active users (per month) of some of the most popular social networks and social media (with social media elements) for 10 years from 2008 to 2018 (in millions)

Note. Developed by the author based on [13].

число активных пользователей социальных сетей находится в Восточной Азии (71% населения), Северной Америке (69%) и Северной Европе (67%) [10]. Среди 20 наиболее посещаемых интернет-сайтов в 2019 г. входят в группу «социальные медиа»: facebook.com, twitter.com, instagram.com, vk.com, reddit.com [11, p. 52]. Например, в июле 2020 г. Facebook посетили 2,6 млрд. пользователей, YouTube, Whatsapp – по 2 млрд., Facebook Messenger – 1,3 млрд., WeChat – 1,203 млрд., Instagram – 1,1 млрд. [12]. На рисунке 1 представлены данные о количестве активных пользователей (в месяц) некоторых наиболее популярных социальных сетей и социальных медиа (с элементами социальных сетей) за 10 лет с 2008 по 2018 гг.

Данные, представленные на рисунке 1, свидетельствуют о росте популярности социальных сетей, а также о некотором изменении их качественного состава с течением времени. Так, социальные сети, содействуя активному взаимодействию пользователей, несут интерактивный характер, в целом снижают транзакционные издержки и способствуют росту некоторых форм социального капитала.

При этом в различных странах уровень вовлеченности населения в социальные сети неодинаков: итак, лидерами в 2019 – 2020 гг. являлись Монако (99%), Объединенные Арабские Эмираты (99%), Тайвань (88%), Мальта (88%), Южная Корея (87%), Малайзия (81%), Сингапур (79%), Гонконг (78%); среди европейских стран высокие показатели принадлежат государствам с малой экономикой Северной Европы: Исландия (83%), Швеция (73%), Дания (71%), Норвегия (71%). Отметим, что среднемировой уровень – 49%, а в Беларуси данный показатель составляет 40% [14; 15]. Основные причины различий в качественном и количественном использовании социальных сетей можно разделить на технико-экономические (уровень ИКТ, экономическое развитие, масштаб социально-экономических агентов) и социально-экономические: например, состав населения (молодежь более активно использует социальные сети), культурно-исторические особенности, традиции гражданского участия, человеческий и социальный капитал.

Итак, уровень вовлеченности населения в интернет-активности, в том числе социальные сети, очень высок, что делает актуальным исследование взаимосвязи онлайн-среды с социальным капиталом в целом. Так, выясним, как социальный капитал (рассматриваемый на основе

одного из субиндексов Индекса благосостояния института Легатум (Legatum Prosperity Index) [16]) коррелирует с деятельностью общества, реальными социально-экономическими результатами (на основе Индексов счастья (Happiness Index) и благосостояния (Prosperity Index) [16; 17]), он-лайн-активностью (вовлеченностью в социальные медиа [14] и сети [15] онлайн) на примере 2019 г. (анализировались показатели за 2018 г.).

В данном исследовании рассматривались 102 страны, с различными уровнями экономического развития, так и социального капитала. С целью определения степени зависимости между показателями по различным странам использовался косинус угла между векторами, который рассчитывался на основе *формулы 1*.

$$\cos \varphi = \frac{\langle x, y \rangle}{|x| |y|}, \quad (1)$$

где: x, y – векторы, $|x|$ – длина вектора x , $|y|$ – длина вектора y .

Указанная метрика позволяет оценивать степень схожести между двумя векторами и при этом не требует нормальности распределения случайных величин, как, например, при расчете корреляции Пирсона. Кроме того, косинус угла между векторами достоверно определяет зависимость между ними, что отражают бинарные переменные (значения которых могут быть либо 0, либо 1).

Для анализа влияния различных социально-экономических показателей на общий уровень благосостояния и социальный капитал использовались индикаторы, которые приведены в *таблице 1*.

Используя данные из таблицы 1 по рассматриваемым странам (количество которых составляет 102) и косинус угла между векторами (*формула 1*), было оценено влияние каждого показателя на индекс благосостояния и уровень социального капитала. Стоит отметить, что перед расчетом косинуса угла между векторами, данные были стандартизированы с целью приведения всех величин к единой шкале. Процедура стандартизации отражена в *формуле 2*.

$$x_i^* = \frac{x_i - \min(x)}{\max(x) - \min(x)}, \quad (2)$$

где: x_i^* – стандартизированное i -ое значение, \min – минимальное значение вектора, \max – максимальное значение вектора.

На *рисунке 2* отображены значения корреляции, выраженные косинусом угла между векто-

Таблица 1. Анализируемые показатели благосостояния и социально-экономического развития
 Table 1. Analyzed indicators of welfare and socio-economic development

Оригинальное название / Обозначение	Показатель
Happiness score	Общий показатель счастья
Healthy life expectancy at birth	Ожидаемая продолжительность жизни
Freedom to make life choices	Свобода жизненного выбора
Generosity	Щедрость
Perceptions of corruption	Восприятие коррупции
Confidence in national government	Доверие правительству
GINI index (World Bank estimate)	Индекс Джини (оценка Всемирного банка)
GINI of household income reported in Gallup	Индекс Джини (оценка Института Гэллага)
Life Ladder	События в жизни
Log GDP per capita	ВВП на душу населения
Social support	Социальная поддержка

Примечание. Разработка автора на основе [16; 17]
 Note. Developed by the author based on [16; 17]



Рис. 2. Корреляционная зависимость Индекса благосостояния и различных экономических показателей стран
 Примечание. Разработка автора

Fig. 2. Correlation dependence between the Welfare Index and various economic indicators of countries
 Note. Developed by the author

рами, показателей из таблицы 1 и Индексом благосостояния (Prosperity Index).

Из данных рисунка 2 следует, что самая тесная связь Индекса благосостояния наблюдается с величиной ВВП на душу населения, а также ожидаемой продолжительностью жизни.

Далее была рассмотрена взаимосвязь показателей из таблицы 1 и Индексом социального капитала (Social Capital Index). На рисунке 3 пред-

ставлена диаграмма, отражающая корреляцию, которая была рассчитана на основе формулы 1.

Исходя из данных рисунка 3 можно отметить, что влияние отдельных показателей на социальный капитал в целом ниже, чем на благосостояние. Это обуславливается тем, что Индекс благосостояния является более агрегированным показателем и отражает комплексную оценку страны на основе множества факторов. Тем не менее, наибольшая



Рис. 3. Корреляционная зависимость Индекса социального капитала и различных социально-экономических показателей стран

Примечание. Разработка автора

Fig. 3. Correlation dependence between the Social Capital Index and various socioeconomic indicators of countries

Note. Developed by the author

связь с социальным капиталом наблюдается у индикаторов свободы жизненного выбора, событий в жизни, социальной поддержки, что подчеркивает, прежде всего, качественную составляющую, а также персонифицированный характер данного социально-экономического феномена.

Кроме того, рассмотрена взаимосвязь социального капитала и уровня использования населением медиаресурсов на основе доступных данных по 44 европейским странам [14; 16]. Для этого использовалась линейная регрессия, оценки которой были получены на основе метода наименьших квадратов (далее – МНК). В формуле 3 представлено уравнение оцененной линейной регрессии. Стоит отметить, что в данном случае показатели были предварительно преобразованы в натуральные логарифмы.

$$\ln(\text{social_cap}) = 4.36 + 0.56 \ln(\text{media}), \quad (3)$$

(p) (0.00) (0.002)

R^2 : 0.3

LM: 1.004

WhiteTest: H_0

На основе оценок МНК полученной регрессии, можно утверждать, что уровень вовлечен-

ности населения в медиаресурсы имеет положительное влияние на социальный капитал страны. Данный эффект является статистически значимым при доверительной вероятности 1%. Кроме того, принимается гипотеза H_0 теста Уайта об отсутствии гетероскедастичности в ошибках модели [18]. Поскольку показатели были предварительно преобразованы в форму натуральных логарифмов, коэффициенты при экзогенных переменных являются и коэффициентами эластичности [18]. В данном случае при увеличении уровня вовлеченности населения страны в медиаресурсы на 1% социальный капитал будет увеличиваться на 0,56%. Для проверки обратной зависимости (влияния социального капитала на уровень вовлеченности населения в медиаресурсы) была аппроксимирована соответствующая модель, которая представлена в формуле 4.

$$\ln(\text{media}) = -2.73 + 0.53 \ln(\text{social_capital}), \quad (4)$$

(p) (0.00) (0.002)

R^2 : 0.30

LM: 0.45

WhiteTest: H_0

Исходя из построенной модели, наблюдается статистическая значимость влияния соци-

ального капитала на использование населением онлайн медиаресурсов при доверительном уровне вероятности 1%. В построенной модели отсутствует гетероскедастичность, что подтверждается результатами теста Уайта [18]. Кроме того, можно отметить положительный эффект социального капитала на медиа, который составляет в среднем 0,53% при увеличении социального капитала в стране на 1%. Тем не менее, отметим, что имеются данные лишь по некоторым странам (это затрудняет анализ исследуемых феноменов).

Далее для оценки зависимости между социальным капиталом и использованием социальных сетей на основе имеющихся данных по 46 странам [15; 16] были построены модели линейной регрессии, которые отражены в формуле 5.

$$\ln(\text{social_capital}) = 4.04 + 0.05 \ln(\text{social_networks}),$$

(p) (0.00) (0.45)
 $R^2 : 0.014$
 $LM: 2.62$
 $WhiteTest: H_0$

$$\ln(\text{social_networks}) = -1.67 + 0.272 \ln(\text{social_capital}), (5)$$

(p) (0.25) (0.45)
 $R^2 : 0.014$
 $LM: 2.93$
 $WhiteTest: H_0$

Исходя из построенных моделей, представленных в формуле 5, можно сказать, что не наблюдается высокой прямой и обратной зависимости между количественными значениями социального капитала и уровнем вовлеченности населения в социальные сети, так как коэффициенты при экзогенных переменных являются статистически незначимыми. Это можно объяснить неполнотой имеющихся данных, наличием временного лага между действием факторов и результатами, а также их статистическим выражением (т. е. анализируемые данные не в полной мере отражают современную ситуацию). Кроме того, имеют значение не только и не столько количественные показатели социального капитала и онлайн социальных сетей, но и, прежде всего, именно качественные аспекты, которые будут рассмотрены далее.

Наконец, была проанализирована прямая и обратная зависимости между Индексом благосостояния и социальным капиталом различных стран по данным 2019 г. [16]. В формуле 6 представлены уравнения построенных моделей.

$$\ln(\text{social_capital}) = 1.74 + 0.53 \ln(\text{prosperity_index}),$$

(p) (0.00) (0.00)
 $R^2 : 0.47$
 $LM: 4.54$
 $WhiteTest: H_0$

$$\ln(\text{prosperity_index}) = 0.55 + 0.88 \ln(\text{social_capital}), (6)$$

(p) (0.00) (0.00)
 $R^2 : 0.47$
 $LM: 4.49$
 $WhiteTest: H_0$

На основе построенных моделей, можно утверждать, что есть как прямая, так и обратная зависимости между Индексом благосостояния и социальным капиталом. В силу того, что рассматриваемые показатели были представлены в форме натуральных логарифмов, коэффициенты построенных моделей могут трактоваться как коэффициенты эластичности. Так, при увеличении социального капитала на 1% Индекс благосостояния стран в среднем возрастает на 0,88%, а при увеличении Индекса благосостояния стран на 1% социальный капитал в среднем возрастает на 0,53%. Таким образом, удалось доказать, что имеются прямая и обратная статистически значимая зависимость между данными показателями. Стоит отметить, что в построенной модели (формула 6) отсутствует гетероскедастичность (исходя из результатов теста Уайта).

Итак, проведенный эконометрический анализ свидетельствует о взаимосвязи и взаимовлиянии социально-экономических характеристик среды, развития стран и социального капитала. Однако интересным является также рассмотрение социального капитала, социальных медиа и сетей (в том числе, как инструментов роста данного социально-экономического феномена) на основе не только количественных, но и качественных аспектов с учетом современных условий, в том числе цифровизации экономики.

Среди важнейших видов социального капитала выделяются: открытый (широкие общественные сети, гетерогенные группы), закрытый (узкий радиус доверия, гомогенные группы), связывающий (взаимодействие с властными структурами), а также гражданская культура (наличие у людей чувства сопричастности к общественным делам и личной ответственности за положение дел в социуме) [19]. Разделение социального капитала на открытый / бриджинг (bridging) и закрытый / бондинг (bonding) коррелирует с концепцией мягких / слабых (weak ties) и жестких / сильных (strong

ties) связей [7, с. 77], а также может рассматриваться во взаимосвязи с онлайн-средой.

Отметим, что в настоящее время, по мере развития ИКТ, акцент сместился в сторону второго и третьего уровней цифрового разрыва. Именно на третьем, наиболее продвинутом из них, создается цифровой капитал на основе, в том числе, социального капитала [1] (при этом последний может иметь значение на всех трех уровнях цифрового разрыва, а цифровой капитал, в свою очередь, воздействует на качество и количество онлайн-взаимосвязей, и на этой основе социального, культурного, экономического капитала).

Цифровой капитал – своеобразный связующий капитал между виртуальной и реальной сферами, который является аккумуляцией цифровых компетенций (информация, коммуникации, безопасность, создание контента и решение проблем) и цифровых технологий; итак, речь идет о совокупности «усвоенных способности и готовности», т. е. «внутренних ресурсов» (цифровых компетенций), и «внешних ресурсов» (цифровых технологий) [20, р. 2367], которые могут накапливаться, передаваться и использоваться. Цифровой капитал трансформирует реальную деятельность (определяемую 5К – 5 капиталами: экономическим, социальным, человеческим, политическим и культурным [20, р. 2366]) в цифровую (время, проведенное онлайн; полученные знания; информация; ресурсы и навыки; виды активности и др.) и, в свою очередь, такая онлайн-деятельность преобразуется во внешне осязаемую (лучшую работу, социальную сеть, знания и др.) [20, р. 2366–2367]. Цифровой капитал, таким образом, отличается от информационного и может взаимодействовать с перечисленными 5 капиталами.

Тем не менее, современные особенности социального капитала во взаимосвязи с цифровизацией экономики могут быть прослежены в контексте нескольких основных направлений:

1) *виртуальные коммуникации*, создающие *сильные связи* (strong ties): интернет является платформой для формирования доверия, обмена знаниями и объединения людей, разделяющих общие цели и интересы, строя, таким образом, «виртуальное сообщество» в контексте цифрового капитала (итак, генерируется социальный капитал открытого типа / бриджинг);

2) *слабые связи* (weak ties): на основе формирования людей и доступа к возможностям, таким образом, аккумулируется социальный капитал открытого типа / бриджинг (то есть важным

является капитал отношений и утилитарный характер взаимосвязей);

3) *расширение социальных сетей*: интернет создает платформы в виде социальных медиа, которые представляют возможность для пользователей реализовать уже существующий социальный капитал закрытого типа / бондинг, а также приобрести новые связи (социальный капитал открытого типа / бриджинг);

4) *рост видимости и присутствия*: интернет (и, в частности, социальные сети) позволяет увеличить гражданское участие, повысить доверие, постоянно взаимодействовать с широким кругом субъектов (открытый и связывающий социальный капитал);

5) *знания и доверие*: так, для развития ИКТ необходимо доверие к интернету (кибердоверие), кроме того, растет доверие к технологиям, а также к той информации, которая представлена онлайн; кроме того, между взаимодействующими субъектами появляется дополнительный элемент – доверие к электронной среде (в том числе, для предоставления личных данных, перевода денежных средств и др.).

Итак, все более важным аспектом социального капитала в современных условиях становятся онлайн социальные сети. В свою очередь подход с позиции цифрового разрыва может быть прослежен также с учетом методологии Индекса развития ИКТ (ICT Development Index) [21], который оценивается на основе субиндексов доступа, использования, навыков. На рисунке 4 представлены некоторые особенности взаимосвязи различных видов социального капитала и развития ИКТ с учетом уровня цифрового разрыва по стадиям готовности, реализации, влияния.

Взаимосвязь социального капитала и развития ИКТ можно представить на основе соответствующих индексов за 2017 г. (последние доступные сопоставимые данные), что отражено на рисунке 5. Так, страны обладают различными показателями по указанным направлениям (для более наглядного отображения данных размер кругов коррелирует с величиной значений Индексов социального капитала и ИКТ).

Из данных, представленных на рисунке 5, следует, что в целом развитие социального капитала и ИКТ находится во взаимосвязи для большинства государств; при этом наилучшие показатели по указанным количественным индикаторам у отдельных европейских стран с малой экономикой (Дании, Исландии, Норвегии, Финляндии, Швейцарии, Мальты, Швеции), а также Германии,

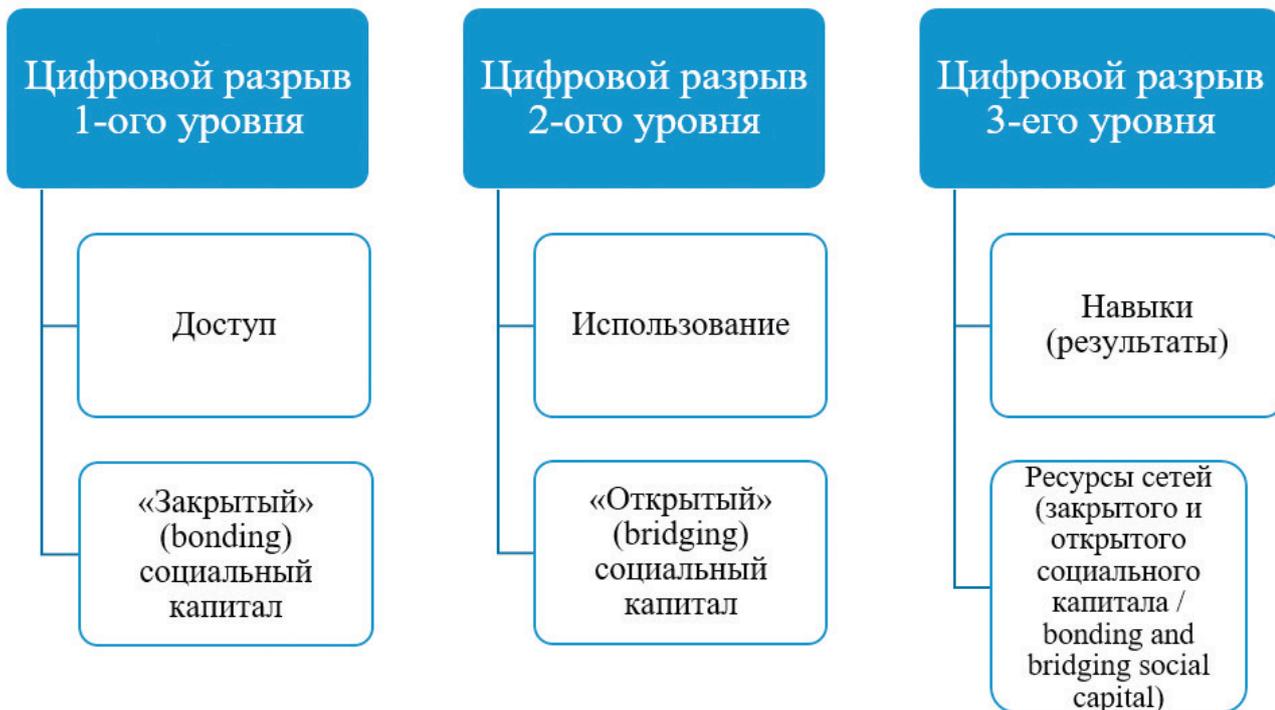


Рис. 4. Взаимосвязь уровней цифрового разрыва и разновидностей социального капитала в контексте субиндексов доступа, использования и навыков Индекса развития ИКТ

Примечание. Разработка автора

Fig. 4. Interconnection between levels of the digital divide and forms of social capital in the context of the sub-indexes access, use and skills of the ICT Development Index

Note. Developed by the author

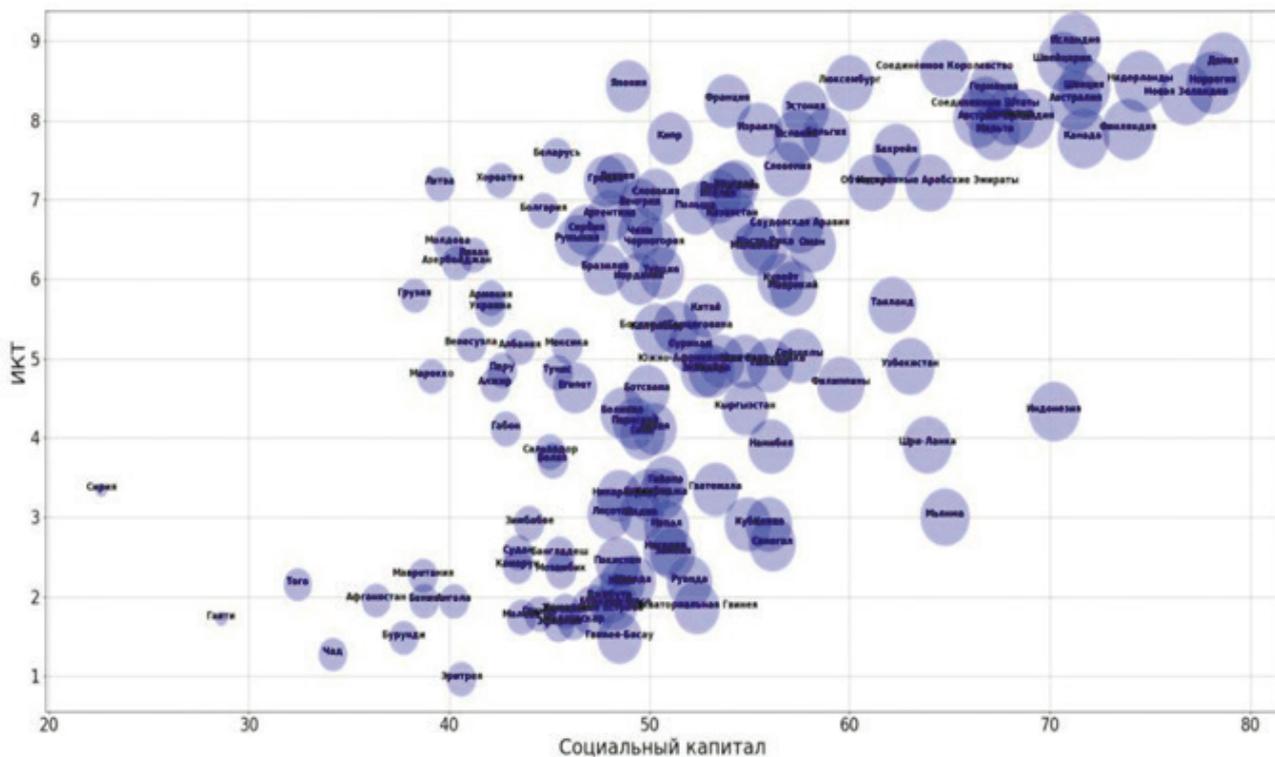


Рис. 5. Индексы социального капитала и развития ИКТ для различных стран мирового сообщества (по данным за 2017 г.)

Примечание. Разработка автора на основе [16; 21]

Fig. 5. Indices of social capital and ICT development for different countries of the world community (according to data for 2017)

Note. Developed by the author based on [16; 21]

США, Канады, Австралии, Новой Зеландии. Позиция Республики Беларусь свидетельствует, что сфера ИКТ в нашей стране развита достаточно хорошо, а социальный капитал, в свою очередь, недостаточно высок.

Можно сделать вывод, что социальный капитал соотносится с цифровыми технологиями и ИКТ по следующим важным качественным аспектам.

1. Сети как одна из составляющих социального капитала наиболее активно проявляются именно в условиях развития ИКТ, средств коммуникации и др. Онлайн-социальный нетворкинг (online social networking) позволяет поддерживать, в первую очередь, слабые связи / бриджинг (периферийные отношения), делая их активными и социально приемлемыми, тем самым значительно увеличивая число потенциальных контактов субъектов (сильные связи (бондинг) также могут быть упрочены, однако они присутствуют и вне виртуальной среды).

2. Коммуникация в настоящее время становится более простой и активизируется, в том числе, благодаря современным технологиям, особенно сети интернет.

3. Усложнение производства, повышение технико-технологических требований, инновации – все это требует объединения субъектов с целью создания общего продукта (на основе добавленных стоимостей на каждом этапе), а также более интенсивной коммуникации. Итак, качественные и количественные аспекты взаимодействий становятся более актуальными и, таким образом, возрастает потребность в социальном капитале.

4. Ключевая характеристика социального капитала – доверие – приобретает с усилением цифровизации особенное значение: так, можно говорить о кибердоверии (к примеру, для того, чтобы ИКТ были успешными, пользователи должны доверять интернету). Итак, данные процессы усложняются: необходимо как доверие к технологиям, передающим информацию, так и собственное к транслируемому контенту.

Важно учитывать, что, с одной стороны, уже существующий социальный капитал приводит к более интенсивным и качественным взаимодействиям онлайн, а с другой стороны, коммуникация в сети интернет может помочь аккумулировать и улучшать социальный капитал, в том числе и офлайн (при этом необходимо принимать во внимание аспекты цифрового разрыва 2-ого уровня).

Например, с одной стороны, высокий социальный капитал в обществе способствует бо-

лее активному вовлечению в социальные интернет-активности: среди лидеров по субиндексу «Социальный капитал» Индекса благосостояния института Легодум 2019 г. выделяются Норвегия, Дания, Исландия, Финляндия, Нидерланды, Швеция; в первую двадцатку по данному показателю входят Мальта, Сингапур, Объединенные Арабские Эмираты, а Гонконг занимает 28 позицию [16]; кроме того, данные государства выделяют и высокий уровень онлайн социальных взаимодействий [14; 15]. Тем не менее, онлайн социальные сети, с одной стороны, способствуют росту социального капитала, а с другой – могут усугубить изоляцию. В этой связи особое значение приобретают именно качественные характеристики данного социально-экономического феномена: к примеру, можно выделить 7 фундаментальных форм социального капитала (информационный, брокерский, координационный и лидерский, соединительный, капитал поддержки (взаимности), репутационный и сообщества [22]). Таким образом, накопление разных типов социального капитала определяется как характеристиками сети, так и позициями индивидов, частотой и особенностями взаимодействий и др.: например, социальные сети способствуют взаимодействию гетерогенных групп субъектов и на этой основе, прежде всего, росту открытого социального капитала, тем не менее, такие связи могут быть неустойчивыми в долгосрочной перспективе.

Интернет, с одной стороны, обеспечивает поток ресурсов и информации, а также предоставляет новые дополнительные средства коммуникации, а с другой – отвлекает людей из их сообществ и семей [23, р. 585]. Так, чтобы пополнить социальный капитал, использование интернета должно способствовать автономному межличностному взаимодействию, а также влиять на участие в деятельности организаций и повышать приверженность сообществу [24, с. 441].

Все это особенно важно учитывать в условиях современной социально-экономической, в первую очередь, эпидемиологической ситуации, когда резко возросло использование социальных медиа (например, рост посещаемости youtube.com увеличился с 27,36 млрд. в феврале до 31,35 млрд. в марте 2020 г., почти 33,4 млрд. в апреле и мае, а также 32,84 млрд. в июле 2020 г. [25]), в частности, и социальных сетей (самая популярная социальная сеть в мире – facebook.com – также стала более посещаемой в условиях активного распространения Covid-19: 26,2 – 26,3 млрд. в апреле – мае, 25,75 млрд. в марте

и 25,5 млрд. в июле 2020 г. по сравнению с 21,36 млрд. в феврале [26]). Интересно, что активность в рамках профессиональных онлайн социальных сетей также стала возрастать, в том числе вследствие кризисных явлений на рынке труда (ежемесячное посещение LinkedIn оставалось некоторое время на уровне около 1 млрд., однако, к примеру, в июле возросло до 1,15 млрд. чел. [27]).

Заключение. Таким образом, сегодня особую актуальность приобретает комплексное рассмотрение взаимосвязи социального капитала и социальных сетей. Однако необходимо выявить не только количественные, но и качественные аспекты социального капитала в онлайн социальных коммуникациях: в новых кризисных условиях создаются условия для увеличения цифрового социального капитала. Тем не менее, именно качественные и количественные характеристики уже аккумулированного социального капитала (например, доверие, открытость, гражданская культура и др.) определяют эффективность, доступность и особенности взаимодействий в контексте социальных сетевых медиа. Итак, современная ситуация может открыть новые возможности для роста накопления и использования социального капитала, в первую очередь, цифрового, как социально-экономического ресурса (в том числе, как инструмента снижения транзакционных издержек и роста благосостояния) на основе социальных сетей.

При этом важно учитывать, что, с одной стороны, взаимодействие в сети интернет может способствовать росту определенных видов социального капитала и в целом равенства субъектов, а с другой стороны, субъекты все же неравны не только в реальном мире, но и в виртуальном, что приводит к определенным последствиям на всех трех уровнях цифрового разрыва (к примеру, восприятие и обработка одинаковой информации, а также использование полученных выгод отличаются), что, по существу, сохраняет неравенство. Кроме того, отметим, что для реализации социального капитала важны как официальные, так и неофициальные сообщества, а также то, что

в зависимости от поставленных задач необходимо использовать различные социальные сети, которые в настоящее время в целом формируют глобальную экосистему (носят черты открытости, самоорганизации, саморазвития, а также саморегулирования). Все это требует дальнейшего анализа и исследования.

В современных трансформационных условиях созданы новые способы накопления и использования социального капитала, который должен рассматриваться не только в контексте роста доверия, усиления социальных связей, сетевых взаимодействий и снижения транзакционных издержек, но и, прежде всего, онлайн социальных взаимодействий. При этом, с учетом дуалистической природы сети интернет, концепции цифрового разрыва, ИКТ и цифровизации экономики, важность приобретают онлайн социальные медиа и социальные сети, в том числе как механизмы аккумуляции социального капитала. В свою очередь, именно социальный капитал как инструмент самоорганизации и роста благосостояния в целом в настоящее время имеет возрастающее значение.

Исходя из этого, в контексте выделения и разграничения источников формирования и результатов воздействия можно выявить цифровой социальный капитал, который сегодня создается в значительной степени на основе онлайн социальных медиа и сетей вследствие низкой иерархии, возможности построения многочисленных слабых связей высокого качества, в том числе, для решения профессиональных задач, тем не менее, именно офлайн реализация данного социально-экономического феномена имеет первостепенное значение. Таким образом, в целом происходит размывание границ между открытым и закрытым социальным капиталом (в том числе, личной и профессиональной сферами), а также онлайн и офлайн средами. Однако важно учитывать, что в наибольшей степени интернет и, в частности, социальные сети, содействует росту именно социального капитала открытого типа и его постепенной трансформации в ресурсный.

Список литературы

1. Ragnedda, M. Social capital and the three levels of digital divide / M. Ragnedda, M. Ruiu // *Theorizing Digital Divides* / M. Ragnedda [et al.]; eds.: M. Ragnedda, G. Muschert. – Routledge, 2017. – pp. 21–34.
2. Zhao, S. The second digital divide: unequal access to social capital in the online world / S. Zhao, D. Elesh // *Intern. Rev. of Modern Sociology*. – 2007. – Vol. 33, № 2. – pp. 171–192.
3. Чэнь, Д. Социальные сетевые медиа и социальные сети в концепциях американских и российских исследователей / Д. Чэнь // *Вестн. СПбГУ. Язык и литература*. – 2012. – № 3. – С. 223–230.
4. Хайкин, М.М. Социальный капитал и социальные сети / М.М. Хайкин, А.Б. Крутик // *Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент*. – 2014. – Т. 8, № 1. – С. 85–92.
5. Социальные медиа [Электронный ресурс] // *PromoPult*. – Режим доступа: https://promopult.ru/library/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0. – Дата доступа: 11.06.2020.
6. Jafari, S. Conceptualizing digital social capital / S. Jafari, R. Moharrami // *International Seminar on New Topics in Business Management*. – Varna, 2019. – 12 p.
7. Жуковская, О.Ю. Модели социального капитала в национальных инновационных системах европейских стран с малой экономикой / О.Ю. Жуковская // *Вестн. Беларус. дзярж. ун-та. Сер. 3, Гісторыя. Эканоміка. Права*. – 2015. – № 3. – С. 75–80.
8. Statistics. Individuals using the Internet, 2005–2019 [Electronic resource] // ITU. – Mode of access: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>. – Date of access: 11.06.2020.
9. Number of social network users worldwide from 2017 to 2025 (in billions) [Electronic resource] // Statista. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>. – Date of access: 03.08.2020.
10. Global social network penetration rate as of January 2020, by region [Electronic resource] // Statista. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/269615/social-network-penetration-by-region/>. – Date of access: 03.06.2020.
11. Digital 2019: Global digital report 2019 [Electronic resource] // *Datareportal*. – Mode of access: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>. – Date of access: 11.06.2020.
12. Most popular social networks worldwide as of July 2020, ranked by number of active users (in millions) [Electronic resource] // Statista. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>. – Date of access: 03.08.2020.
13. The rise of social media [Electronic resource] // *Our World in Data*. – Mode of access: <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>. – Date of access: 05.06.2020.
14. Active social media penetration in selected European countries in January 2019 [Electronic resource] // Statista. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/295660/active-social-media-penetration-in-european-countries/>. – Date of access: 01.06.2020.
15. Active social network penetration in selected countries as of January 2020 // Statista. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/282846/regular-social-networking-usage-penetration-worldwide-by-country/>. – Date of access: 03.06.2020.
16. The 2019 legatum prosperity index [Electronic resource]: an inquiry into global wealth a. wellbeing // *The Legatum Prosperity Index™*. – Mode of access: <https://www.prosperity.com/rankings>. – Date of access: 21.05.2020.
17. World Happiness Report 2019 [Electronic resource] // *World Happiness Report*. – Mode of access: <https://worldhappiness.report/ed/2019/>. – Date of access: 10.06.2020.
18. Greene, W.H. *Econometric analysis* / W.H. Greene. – 5th ed. – Prentice-Hall, 2003. – 1026 p.
19. Bonding and bridging: understanding the relationship between social capital and civic action / L. Larsen [et al.] // *J. of Planning Education a. Research*. – 2004. – Vol. 24, № 1. – P. 64–77.
20. Ragnedda, M. Conceptualizing digital capital / M. Ragnedda // *Telematics a. Informatics*. – 2018. – № 35 (8). – pp. 2366–2375.
21. The ICT Development Index (IDI): conceptual framework and methodology [Electronic resource] // ITU. – Mode of access: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2017/methodology.aspx>. – Date of access: 11.06.2020.
22. Jackson, M.O. A typology of social capital and associated network measures / M.O. Jackson // *Social Choice a. Welfare*. – 2020. – Vol. 54. – P. 311–336.
23. Zhukovskaya, O. Social capital in the era of the Internet / O. Zhukovskaya // *Тенденции экономического развития в XXI веке: мат. Межд. науч. конф. (28 февраля 2019 г., г. Минск) / Белорусский государственный университет*. – Минск: Право и экономика, 2019. – 598 с. – С. 584–586.
24. Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? : Social networks, participation, and community commitment / B. Wellmann et al. // *Amer. Behavioral Scientist*. – 2001. – № 45. – P. 436–455.
25. Traffic overview. Total visits to youtube.com [Electronic resource] // *SimilarWeb*. – Mode of access: <https://www.similarweb.com/website/youtube.com#overview>. – Date of access: 03.08.2020.
26. Traffic overview. Total visits to facebook.com [Electronic resource] // *SimilarWeb*. – Mode of access: <https://www.similarweb.com/website/facebook.com#overview>. – Date of access: 03.08.2020.
27. Traffic overview. Total visits to linkedin.com [Electronic resource] // *SimilarWeb*. – Mode of access: <https://www.similarweb.com/website/linkedin.com#overview>. – Date of access: 03.08.2020.

References

1. Ragnedda M., Ruiu M. Social capital and the three levels of digital. *Theorizing Digital Divides*; eds.: M. Ragnedda, G. Muschert, Routledge, 2017, pp. 21–34.
2. Zhao S., Elesh D. The second digital divide: unequal access to social capital in the online world. *International Review of Modern Sociology*, 2007, Vol. 33, no 2, pp. 171–192.
3. Chjen' D. Social'nye setevye media i social'nye seti v koncepcijah amerikanskih i rossijskih issledovatelej. *Vestnik SPbGU. Jazyk i literatura [SPbU Herald. Series: Language and Literature]*, 2012, no 3, pp. 223–230. (in Russian)
4. Hajkin M.M., Krutik A.B. Social capital and social networks. *Vestnik JuUrGU. Serija: Jekonomika i menedzhment [SUSU Herald. Series: Economics and Management]*, 2014, Vol. 8, no 1, pp. 85–92. (in Russian)
5. Social media. Available at: https://promopult.ru/library/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0 (accessed: 11.06.2020) (in Russian).
6. Jafari S., Moharrami R. Conceptualizing digital social capital. *International Seminar on New Topics in Business Management, Varna, 2019*, 12 p.
7. Zhukovskaya O.Y. Social capital models in the national innovation systems of European countries with small economies. *Vesnik BDU. Seryja 3, Gistoryja. Jekonomika. Prava [BSU Herald. Series 3, History, Economics, Law]*, 2015, no 3, pp. 75–80. (in Russian).
8. Statistics. Individuals using the Internet, 2005 – 2019. Available at: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx> (accessed: 11.06.2020).
9. Number of social network users worldwide from 2017 to 2025 (in billions). Available at: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/> (accessed: 03.08.2020).
10. Global social network penetration rate as of January 2020, by region. Available at: <https://www.statista.com/statistics/269615/social-network-penetration-by-region/> (accessed: 03.06.2020).
11. Digital 2019: Global digital report 2019. Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview> (accessed: 11.06.2020).
12. Most popular social networks worldwide as of July 2020, ranked by number of active users (in millions). Available at: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (accessed: 03.08.2020).
13. The rise of social media. Available at: <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media> (accessed: 05.06.2020).
14. Active social media penetration in selected European countries in January 2019. Available at: Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/295660/active-social-media-penetration-in-european-countries/> (accessed: 01.06.2020).
15. Active social network penetration in selected countries as of January 2020. Available at: <https://www.statista.com/statistics/282846/regular-social-networking-usage-penetration-worldwide-by-country/> (accessed: 03.06.2020).
16. The 2019 legatum prosperity index: an inquiry into global wealth and wellbeing. Available at: <https://www.prosperity.com/rankings> (accessed: 21.05.2020).
17. World Happiness Report 2019. Available at: <https://worldhappiness.report/ed/2019/> (accessed: 10.06.2020).
18. Greene W.H. *Econometric analysis*. Prentice-Hall, 2003, 1026 p.
19. Larsen L., Harlan S., Bolin R., Hackett E.J., Hope D., Kirby A., Nelson A., Rex T.R., Wolf S. Bonding and bridging: understanding the relationship between social capital and civic action. *Journal of Planning Education and Research*, 2004, Vol. 24, no 1, pp. 64–77.
20. Ragnedda M. Conceptualizing digital capital. *Telematics and Informatics*, 2018, no 35 (8), pp. 2366–2375.
21. The ICT Development Index (IDI): conceptual framework and methodology. Available at: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2017/methodology.aspx> (accessed: 21.06.2020).
22. Jackson M.O. A typology of social capital and associated network measures. *Social Choice and Welfare*, 2020, Vol. 54, pp. 311–336.
23. Zhukovskaya O. Social capital in the era of the Internet. *Tendencii jekonomicheskogo razvitija v XXI veke [Trends in Economic Development in the XX1st Century]*. Minsk: Law and Economy, 2019, pp. 584–586.
24. Wellmann B., Witte J., Haase A.Q. Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? : Social networks, participation, and community commitment. *American Behavioral Scientist*, 2001, no 45, pp. 436–455.
25. Traffic overview. Total visits to youtube.com. Available at: <https://www.similarweb.com/website/youtube.com#overview> (accessed: 03.08.2020).
26. Traffic overview. Total visits to facebook.com. Available at: <https://www.similarweb.com/website/facebook.com#overview> (accessed: 03.08.2020).
27. Traffic overview. Total visits to linkedin.com. Available at: <https://www.similarweb.com/website/linkedin.com/> (accessed: 03.08.2020).

Received: 04.08.2020

Поступила: 04.08.2020