

Міністерство освіти та науки України
Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К. Д. Ушинського»

На правах рукопису

ВАРИНСЬКИЙ ВЛАДИСЛАВ ОЛЕКСІЙОВИЧ

УДК 316.01: 316.47: 316.3

**ПОЛІТИЧНИЙ МЕХАНІЗМ АКТИВІЗАЦІЇ
СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ**

Спеціальність 23.00.02 — політичні інститути та процеси
Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук

Науковий керівник
доктор політичних наук, доцент
Долженков Олег Олександрович

Одеса — 2015

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ	11
1.1. Стан дослідження соціального капіталу як концепту політичної науки	11
1.2. Основні теоретико-методологічні підходи до осмислення феномена соціального капіталу	24
1.2.1. Підхід до аналізу соціального капіталу П. Бурд'є	24
1.2.2. Ціннісний підхід до розуміння соціального капіталу Ф. Фукуями	33
1.2.3. Мережевий підхід до визначення соціального капіталу Дж. Коулмана та інституційний підхід Р. Патнама	41
1.3. Поняття «соціальний капітал» та його екстраполяція на політичну сферу	48
Висновки до розділу 1	56
РОЗДІЛ 2. ПОЛІТИЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ	58
2.1. Політичний механізм формування соціального капіталу : зміст і складові	58
2.2. Довіра як складова та передумова соціального капіталу : зміст і механізм підвищення	78
Висновки до розділу 2	95
РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАТИВНА СКЛАДОВА ПОЛІТИЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ	98
3.1. Роль нових форм комунікації у формуванні та нарощуванні соціального капіталу	98
3.2. Мережева (он-лайнова) комунікація як спосіб формування соціального капіталу	107

Висновки до розділу 3	123
РОЗДІЛ 4. ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЧЕРЕЗ СПІВПРАЦЮ «ОСОБА – ГРОМАДА – БІЗНЕС – ВЛАДА»	126
4.1. Особливості процесу формування соціального капіталу в Україні	126
4.2. Громадське лобіювання як технологія підвищення соціального капіталу	150
4.3. Розвиток корпоративного громадянства як форма активізації персонального та колективного соціального капіталу	162
Висновки до розділу 4	174
ВИСНОВКИ	176
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	182

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Поняття «соціальний капітал» є нове та концептуально дискусійне у політичній науці. Його характеризує міждисциплінарність, яка проявляється у різноаспектних трактуваннях: політологи пов'язують термін «соціальний капітал» із довірою до влади; економістам воно важливе для розуміння неформального боку існування ринку; фахівці з PR-технологій розглядають капітал репутацій; для соціологів соціальний капітал означає, передусім, якість соціальних зв'язків у вимірах довіри, взаємоповаги та взаємодопомоги. Актуальність дослідження саме політологічних аспектів феномена соціального капіталу зростає в умовах посилення глобалізаційних процесів, які детермінують нове осмислення сутності політичної влади, її функцій та інструментів, способів її легітимації. Цей феномен дозволяє виявити продуктивність ресурсу соціальних зв'язків, здатних виступати каталізатором ефективності соціально-політичної дії, політичної мобілізації та громадського контролю за діяльністю соціальних інститутів суспільства навіть за умов, коли соціальні інститути трансформуються чи зазнають системної кризи. Без з'ясування ролі соціального капіталу в політичному житті суспільства сьогодні неможливо визначити основні складові процесів формування нового інституціонального середовища. Цим пояснюється значний дослідницький інтерес політичної науки до концепції соціального капіталу та її втілення у політичну практику.

Сьогодні актуалізувалося завдання не лише вивчення політичною наукою концепту політичного капіталу, але й дослідження власне політичних механізмів формування соціального капіталу, його зростання. Адже, соціальний капітал накопичується чи руйнується цілеспрямованими діями суб'єктів політики; він є надскладною системою, призначеною для досягнення поставлених цілей щодо генерування складових соціального капіталу, яка має визначену структуру, нормативно-правове підґрунтя, методи, засоби, інструменти впливу на суб'єктів політики. Поняття

«механізм» виступає пояснювальною моделлю для аналізу політичних акторів щодо примноження соціального капіталу.

Відповідний понятійний і термінологічний апарат концепту соціального капіталу перебуває на етапі формування на основі запозичення зарубіжного досвіду. Сучасний стан досліджень соціального капіталу та політичного механізму його активізації характеризується певним протиріччям між широтою охоплення емпіричних явищ, різноманітністю методологічних підходів, із одного боку, і недостатньою узгодженістю концептуальних визначень соціального капіталу – з іншого.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тема і зміст дисертаційного дослідження є складовою частиною комплексних науково-дослідних тем кафедри політичних наук і права Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» «Трансформаційний процес в Україні: основні проблеми та умови їх вирішення» (№ державної реєстрації 0109U000215) (2010-2014 рр.) та «Соціально-політичні проблеми України в контексті глобальних процесів» (№ державної реєстрації 0114U007155), одним із виконавців якої є дисертант.

Мета та завдання дослідження. Метою дисертаційного дослідження є концептуалізація розуміння політичного механізму активізації соціального капіталу та визначення шляхів його оптимізації в умовах сучасної України.

Для досягнення мети були поставлені такі **завдання**:

- проаналізувати концептуальні підходи до розуміння соціального капіталу;
- дати авторське визначення поняття «соціальний капітал» та екстраполювати його на політичну сферу;
- обґрунтувати використання понятійно-категоріальної характеристики «політичний механізм формування соціального капіталу»;
- проаналізувати феномен довіри як складової та передумови соціального капіталу, зокрема дослідити політичний механізм її підвищення;

- визначити роль нових форм комунікації у формуванні та нарощуванні соціального капіталу;
- розкрити значення мережевої (он-лайнової) комунікації як джерела формування соціального капіталу;
- охарактеризувати особливості процесу формування соціального капіталу в Україні;
- проаналізувати громадське лобіювання як механізм підвищення соціального капіталу;
- розкрити значення корпоративного громадянства як форми активізації персонального та колективного соціального капіталу.

Об’єктом дослідження є процес формування та накопичення соціального капіталу.

Предмет дослідження – політичний механізм активізації соціального капіталу в сучасній Україні.

Методи дослідження. Методологія даного дослідження складається зі сукупності загальнонаукових і спеціальних методів та підходів. Так, для досягнення мети та вирішення наукових завдань дисертантом застосовувався теоретико-методологічний синтез філософського, історичного, політологічного, соціологічного, економічного й юридичного підходів до вивчення соціального капіталу. Оскільки соціальний капітал є об’єктом дослідження низки суспільних наук, то для осмислення проблеми в роботі застосовується міждисциплінарний підхід, який ґрунтується на врахуванні різних наукових методів і соціокультурних вимірів. З-поміж загальнонаукових методів пізнання індукція та дедукція забезпечують цілісність, об’єктивність і конкретність наукового дослідження. При аналізі поняття «соціальний капітал», екстрапольованого у політичну площину та політичного механізму його формування та активізації застосовувалися історико-правовий, порівняльний, структурно-функціональний методи. У процесі з’ясування основних тенденцій розвитку соціального капіталу держави застосовано

метод соціального детермінізму. Аналіз і синтез використовувалися для визначення понять «соціальний капітал», «політичний механізм активізації соціального капіталу» і т. д. Системний підхід дав змогу розглянути соціальний капітал як певну цілісність, утворену сукупністю елементів, які взаємодіють між собою та із зовнішнім середовищем. Порівняльно-політологічний метод застосовувався для порівняння різних способів активізації соціального капіталу з метою виявлення їхніх спільних рис і специфіки, пошуку оптимальних передумов розвитку соціального капіталу в Україні, вивчення досвіду інших країн. Синергетичний метод дозволив розглядати процес становлення соціального капіталу як макросоціосистеми в єдності усіх її компонентів; під час аналізу механізму активізації соціального капіталу врахувати розмаїття чинників, які впливають на цей процес (економічні, культурологічні, психологічні і т. д.).

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що дана дисертація є першим у вітчизняній політичній науці системним дослідженням політичного механізму активізації соціального капіталу.

Вперше:

- визначено поняття «політичний механізм активізації соціального капіталу» як сукупність дій, спрямованих на формування та закріплення соціально-політичних норм (включаючи і норми соціальної взаємодії) та зростання формування соціальної довіри. Політичні механізми формування та активізації соціального капіталу – це конструйована суб'єктами політики система, призначена для генерування соціального капіталу, яка має визначену структуру, сукупність правових норм, методи, засоби, інструменти державного та позадержавного впливу на суб'єктів та об'єкти політики;

- доведено вплив новітніх форм комунікації на становлення та розвиток соціального капіталу, зумовлений появою в епоху глобалізації он-лайнових форм взаємодії, розширенням соціальних контактів індивіда, створенням завдяки технічному прогресу нових форм політичного спілкування;

– обґрунтовано значення громадського лобіювання як механізму нарощування соціального капіталу при переході до моделі сервісної держави; через механізм лобіювання групи громадян взаємодіють із органами влади, комерційними та некомерційними організаціями для просування громадських інтересів із метою прийняття рішень, відповідних інтересам громадян; доводиться дієвість і результативність ініціативи знизу для забезпечення впливу громадськості на органи державної влади й інститути місцевого самоврядування.

Удосконалено:

– поняття «соціальний капітал», під яким розуміється рівень кооперації, спрямований на досягнення загальнозначимих соціально-політичних цілей, чисельність організацій взаємодопомоги, щільність (насиченість зв'язків) неформальної мережі, ступінь довіри до інших людей, різних інституцій;

– теоретико-методологічні засади щодо поширення практики корпоративного громадянства та соціально відповідального бізнесу на відносини у системі «держава – бізнес – суспільство»; корпоративне громадянство розглядається як стратегія бізнесу щодо взаємодії зі суспільством із метою забезпечення ефективного та сталого розвитку та формування власної репутації як відповідального «корпоративного громадянина». Бізнес розглядається як суб'єкт активізації соціального капіталу, який бере на себе частину функцій у підтримці громадянських прав, які досі були прерогативою держави.

Отримали подальший розвиток:

– наукові підходи до тлумачення довіри як складової та передумови соціального капіталу. Доведено, що соціальний капітал формується через наявність взаємодовіри; механізми формування соціальної довіри є первинними з-поміж механізмів формування соціального капіталу;

– інтерпретація політичних, соціальних, економічних теорій щодо визначення ідейних основ сучасної політологічної концепції соціального

капіталу; пріоритетним стає концептуальне осмислення, що об'єднує усі наукові теорії у новому розумінні механізмів активізації соціального капіталу: спонтанно соціальний капітал не накопичується, його ріст уможливорюється за відродження довіри до влади, підвищення ефективності управління, прозорості кадрової та антикорупційної політики, впровадження європейських стандартів захисту прав і свобод громадян і т. д. В основі активізації соціального капіталу українців – ідея самоорганізації знизу, що вимагає зміни ролі органів влади та підвищення їх взаємозалежності від бізнесу та громадськості.

Практичне значення одержаних результатів визначається їх актуальністю, новизною та висновками – загальнотеоретичними та практичними. Теоретична цінність положень дисертації полягає не тільки в їх концептуальному, а й дискусійно-постановочному характері. Дослідження розширює та поглиблює наукові уявлення про процеси становлення та сутність соціального капіталу, про особливості механізму активізації цього інституту. Основні положення та висновки роботи можуть бути використані у навчальному процесі при підготовці лекцій, підручників, посібників із політології, соціології, теорії держави та права, соціальних теорій, глобалістики; у практичній діяльності органів державної влади й органів місцевого самоврядування.

Апробація результатів дисертації. Теоретико-методологічні положення та ідеї, що розвиваються у дисертаційному дослідженні, доповідалися та обговорювалися на міжнародних, всеукраїнських та регіональних наукових, науково-практичних конференціях, семінарах, круглих столах, зокрема на VII Міжнародній науково-практичній конференції з питань патріотичного виховання молоді «Патріотичне виховання громадян в умовах інтеграційних процесів» (Запоріжжя, 07-08 листопада 2013 р.), всеукраїнській науково-практичній конференції «Компетентність особистості в контексті сучасних соціальних трансформацій» (Полтава, 28 лютого 2014

р.), Політологічних читаннях імені професора Богдана Яроша (Луцьк, 15 квітня 2014 р.).

Дисертація обговорювалася на методологічних семінарах кафедри політичних наук і права Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» (2013-2015 рр.).

Публікації. Основні ідеї, положення та висновки дисертаційного дослідження викладені автором у 12 публікаціях, 4 з яких надруковані у фахових наукових виданнях із політичних наук, 1 стаття у міжнародному науковому виданні, 4 – в енциклопедичних і словниково-довідкових виданнях, у 3 тезах виступів на науково-практичних конференціях.

Структура та обсяг дисертації. Специфіка проблем, що стали об'єктом дисертаційного дослідження, зумовили її логіку та структуру. Робота складається із вступу, чотирьох розділів (10 підрозділів), висновків і списку використаних джерел (240 найменувань). Обсяг дисертаційної роботи: усього – 210 сторінок, загальний обсяг – 181 сторінка, список використаних джерел – 29 сторінок(240 найменувань).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

1.1. *Стан дослідження соціального капіталу як концепту політичної науки.*

Із часу появи категорії «соціальний капітал» у науковому обігу її дослідження мають міждисциплінарний характер і здійснюються у міждисциплінарному вимірі політичної та соціологічної наук, культурології та економічної теорії. Спостерігаємо різнопланове використання цього терміна представниками різних дослідницьких напрямків, кожен із яких привносить у розуміння соціального капіталу щось своє, предметне. Досі відсутній єдиний концепт соціального капіталу, його цілісна теорія. Існує, натомість, парадигма соціального капіталу. Наукові розвідки з вивчення соціального капіталу подекуди проводяться без належної операціоналізації понять та осмислення особливостей використання західних методик аналізу соціального капіталу. Це свідчить про актуальність систематизації теорій соціального капіталу.

М. Уолкок наголошує, що якщо на початку 80-х років XX ст. у світовій науковій літературі імплементація у науковий обіг концепції соціального капіталу обмежувалося межами близько ста звернень на рік, то на межі 80–90-х років XX ст. і аж до середини 2000-х років – «вибух» наукового інтересу до проблематики соціального капіталу; зокрема, на кінець 2000-х років кількість досліджень соціального капіталу становила близько 16 тис. [240]; наголосимо, що й зараз ці показники невпинно зростають.

Дослідниками різних країн світу розроблена низка принципово відмінних концептуальних підходів до визначення базового (родового) концепту «соціальний капітал». Зокрема, група авторів обґрунтовує свій

підхід до визначення цього концепту наявністю такого базового економічного параметра, як довіра (Ф. Адам, Д. Подменік [1, с. 37], В. Геєц [31, с. 7], А. Попович, В. Прокошин [107, с. 59], С. Солодовніков [134, с. 213], В. Щербін [185, с. 41], Р. Патнам [99; 100; 101; 222; 223; 224; 225] та ін.).

Інша група дослідників виходить із наявності в суспільстві так званих соціальних мереж та зв'язків між індивідами (П. Бурд'є [15; 16; 193; 194], С. Казакова [48, с. 69], Дж. Коулман [62, с. 125], С. Пономар [106, с. 29], В. Радаєв [110, с. 27; 111], М. Утіна [158, с. 341], Ф. Фукуяма [160, с. 77], С. Шавель [175, с. 29], П. Шихіров [181, с. 20], П. Содергард і А.-К. Тоттерман [209, с. 347] та ін.).

Окремі дослідники використовують концепт «соціальний капітал» виключно як засіб для вимірювання соціальної нерівності (Н. Давидова [36, с. 169], А. Красилова [63, с. 164], С. Сивуха [121, с. 83] та ін.).

Серед різноманіття поглядів на соціальний капітал виділяються чотири основні підходи до концепції його дослідження :

- соціо-антропологічний, заснований на уявленнях про природні прагнення людей до об'єднання; акцент – на біологічній основі соціального порядку, коріння соціального капіталу вбачається в людській природі;
- соціологічний, у якому соціальний капітал розглядається як норми, мережі й організації, за допомогою яких індивіди матимуть користь;
- економіко-інституціональний, підставою якого є твердження, що люди при взаємодії один із одним прагнуть до максимальної індивідуальної корисності й використовують ресурси соціального капіталу при здійсненні різних видів діяльності;
- політологічний, у якому особлива увага приділяється ролі інститутів, соціальних норм у формуванні людської поведінки [144].

Аналіз поняття соціального капіталу як незалежного соціального феномену уможливився з появою таких концепцій, як теорія соціального обміну (М. Мосс, Д. Хоманс, Р. Емерсон), економічна теорія капіталу

(К. Маркс), аналіз соціальних мереж (А. Р. Радкліф-Браун, Б. Ульман). У багатьох філософських і соціологічних роботах (А. де Токвіля, Г. Спенсера, Ф. Тенніса, Е. Дюркгейма, М. Вебера, П. Сорокіна) розглядалися ідеї суспільної солідарності, різні механізми соціально-психологічної взаємодії.

Предтечею теорії соціального капіталу можна вважати французького мислителя А. де Токвіля, який у відомій праці «Демократія в Америці» відзначив, що американська демократія та її система обмеженого управління спрацювала саме через те, що американці досить успішно формували асоціації – як для громадських, так і для політичних цілей. Відвідуючи США в 30-і роки XVIII ст., він зазначив, що американці користуються «мистецтвом об'єднання». Тобто, він відчув, що, на відміну від співгромадян у його рідній Франції, американці можуть об'єднуватися у різноманітні добровільні товариства – літературні клуби, релігійні товариства, групи боротьби з рабством, тощо. Це дозволяло об'єднати дії слабких людей і, на його думку, було дуже важливо для успіху американської демократії. За його висловлюванням, це була «школа демократії»; соціальний капітал у такій формі створив додаткові моральні норми, які уможливили демократію. Саме це розуміння сутності проблеми соціального капіталу служило певною базою для ґрунтовнішого її осмислення іншими вченими протягом декількох останніх десятиліть. Зауважимо, що власне термін «соціальний капітал» А. де Токвіль не використовував.

П. Сорокін знаходить взаємозв'язок між соціальним капіталом і «традицією»: у результаті розвитку суспільства формується традиція, яка несе в собі вираження в особливих формах взаємодії. Особливі форми взаємодії і є проявом соціального капіталу. Крім того, науковець стверджує, що особливі форми соціальної взаємодії відображають не лише інтереси, що історично склались, а й ті, які формуються та діють в момент життя індивіда. Розрив між традиційними та сучасними інтересами і має згладити соціальний капітал. П. Сорокін підкреслював, що кожне стабільне суспільство є

результатом незліченних спроб і експериментів багатьох поколінь у пошуках найбільш прийнятних норм соціальної взаємодії, які відображають базові інстинкти мас [135, с. 31].

Одні дослідники проблематики стверджують, що першою соціальний капітал досліджено Л. Д. Хеніфен у роботі «Формування соціального капіталу» (1967) [174]. Розкриваючи зміст соціального капіталу, Л. Д. Хеніфен використано категорії «товариство» та «симпатія», які притаманні різним колективам та фактично визначають рівень соціальної взаємодії є якісним його показником [Цит. за : 4, с. 5]. На думку вказаної дослідниці, взаємодія в рамках сім'ї або громади дає її членам змогу акумулювати соціальний капітал, який допомагає задовольняти їхні соціальні потреби і може використовуватися для поліпшення життя всієї громади.

Услід за Л. Хеніфен подальші дослідження соціального капіталу були продовжені у працях Дж. С. Хоманса, соціологом Дж. Джейкобс і економістом Г. Лоурі. Зокрема, Г. Лоурі розглядав соціальний капітал як соціальні відносини між людьми, які виникають природно, розвивають чи допомагають розвитку певного визначеного набору навичок і характеристик, цінних на ринку. Г. Лоурі стверджував, що соціальний капітал – це актив, який може бути таким же важливим, як і фінансове благополуччя, а також для пояснення збереження нерівності в суспільстві [214].

Популярності концепт «соціальний капітал» набув після виходу у світ робіт П. Бурд'є, Дж. Коулмана, Ф. Фукуями, Р. Патнама, аналіз поглядів яких, із огляду на фундаментальність, ми виокремили в окремий підрозділ дисертаційного дослідження.

Поняття «соціальний капітал» визначається з різних методологічних підходів. Так, у 1990 році У. Бейкер визначив соціальний капітал як «ресурс, який отримують актори зі специфічних соціальних структур, а потім використовують його, виходячи зі своїх інтересів; це дає можливість привнести зміни у відносини між акторами» [191, с. 171]. Більш комплексне

визначення поняття «соціальний капітал» дає М. Шифф – «набір елементів соціальної структури, що впливають на відносини між людьми і є базовими аргументами для продукування і реалізації функцій» [227, с. 161].

Чимало дослідників надавали велике значення наявності тісної взаємодії між акторами як необхідній передумові формування соціального капіталу. У той же час Р. Берт [195] висуває на перший план протилежну умову – саме відносна свобода, відсутність тісних зв'язків, що скріплюють структурні елементи, сприяє індивідуальній мобільності. Це дослідник пояснює тим, що жорсткі схеми взаємодій мають властивість відкидати зайву інформацію, тоді як більш слабкі зв'язки не заважають створенню нових взаємодій і ресурсів.

К. Полан'ї вирішує проблему виявлення сутності соціального капіталу шляхом аналізу категорії «реципрокність» [Цит. за : 79]. В основі реципрокності є обмін дарами, який у більшості випадків має еквівалентний характер, а об'єктами обміну можуть виступати схожі за споживчими властивостями предмети.

За теорією раціональної поведінки, кожен актор контролює певну частину ресурсів і зацікавлений у певних ресурсах і подіях; тоді соціальний капітал є певним видом ресурсів, які доступні актору. Ці визначення ми знаходимо в працях Д. Хоуманса і Р. Блау, в яких соціальний капітал визначається за допомогою виконуваних функцій. Він включає в себе багато складових, які можна охарактеризувати двома загальними функціями: вони, по-перше, складаються із кількох соціальних структур і, по-друге, полегшують певні дії акторів усередині структури. Порівняно з іншими видами капіталу, соціальний капітал є продуктивним, сприяє досягненню певних цілей, досягнути яких за його відсутності неможливо [Цит. за : 47, с. 11].

Український дослідник О. Демків виділяє дві теорії – індивідуального та колективного соціального капіталу [40, с. 167]. Теорія колективного

соціального капіталу (Дж. Коулман, Р. Патнам та ін.) розглядає соціальний капітал як надбання спільноти, позаяк витворюється цією спільнотою та приносить їй прибутки. Згідно з Р. Патнамом, соціальний капітал складається з активних взаємозв'язків між людьми, у яких довіра та спільні цінності пов'язують членів мереж та спільнот і уможливають та спрощують спільну дію [224].

Теорія індивідуального соціального капіталу (Р. Барт, П. Бурд'є, Н. Лін та ін.) соціальний капітал сприймає як мікрорівневий феномен, який витворюється та приносить прибутки індивідуальним акторам. У. Бейкер пропонує таку дефініцію індивідуального соціального капіталу : «це ресурси, які актори отримують зі специфічних соціальних структур та використовують, виходячи зі своїх інтересів». Такими структурами, за Бейкером, є соціальні мережі [191, с. 619]. Р. Барт визначає індивідуальний соціальний капітал як «приятельські контакти між колегами по службі та більш широкі контакти, через які ви маєте змогу використовувати свій фінансовий і людський капітал» [195, с. 9]. А. Портес вважає, що «соціальний капітал – це здатність індивідів розпоряджатися обмеженими ресурсами на підставі свого членства у певній соціальній мережі чи у більш широкій соціальній структурі...» [220]. Х. Д. Флап визначає соціальний капітал як функцію розміру мережі, сили відносин між актором, обсяг капіталу якого визначається так званим фокальним, тобто центральним актором й іншими членами мережі та ресурсів, якими володіють члени мережі [204].

Китайський учений-соціолог Н. Лін, який у своїх наукових роботах [212; 213] ґрунтовно досліджував соціальні взаємодії, ототожнює соціальний капітал із ресурсами соціальної мережі та соціальними відносинами, які забезпечують доступ до таких ресурсів. Він дає визначення соціального капіталу, як «інвестицій індивідів в соціальні відносини, за допомогою яких вони одержують доступ до ресурсів, що дають їм змогу підвищувати очікувані доходи від взаємодій». Учений вважає за доцільне

розмежовувати мережевий і ресурсний аспекти соціального капіталу. Він доводить, що необхідною умовою здобуття ресурсів є мережі та зв'язки, без яких їх досить складно отримати [213, с. 19, 29].

Н. Лін сумує цінні ресурси (багатство, влада, авторитет) приналежні акторам, із якими фокальний (центральний) актор має прямі чи опосередковані зв'язки [212]. Дослідник запропонував модель мережевого капіталу [213]:

1) виділив дві групи джерел капіталу: а) «колективні блага», або загальний соціальний контекст (довіра та колективні норми взаємодії); б) структурні особливості мереж (щільність, топологія та под.) і відмінності у позиціях учасників (освіта, посада, місце проживання та под.);

2) розмежував два види наслідків соціального капіталу: перший підтримує виконання інструментальних дій, спрямованих на отримання нових ресурсів (влади, багатства та статусу); другий пов'язаний із експресивними діями, спрямованими на збереження індивідуальних ресурсів і підтримання спільності. Експресивний соціальний капітал у формі практичної та психологічної підтримки слугує збереженню фізичного і душевного здоров'я, відчуття задоволеності життям;

3) розрізнив два прояви соціального капіталу: доступ до ресурсів і мобілізацію (використання) ресурсів. Доступність ресурсів визначається місцем індивіда у мережі відносин; використання залежить також від наявності корисних ресурсів у тих, із ким взаємодіє індивід, від їх готовності поділитися цими ресурсами, а також від готовності індивіда звернутися за допомогою. Це розрізнення дозволяє зрозуміти, чому при однакових стартових умовах, тобто при рівному соціальному доступі до ресурсів, одні люди активно експлуатують можливості своїх мереж, а інші покладаються тільки на себе;

4) вказав на механізми формування та підтримання нерівності в розподілі соціального капіталу. Перший механізм (механізм формування) має

структурний характер : групи й індивіди займають різні позиції в соціально-економічних ієрархіях і володіють завідомо нерівним доступом до ресурсів (грошей, впливу, освіти, навиків, інформації, вільного часу). У керівників ці можливості завжди більше, ніж у підлеглих. Н. Лін вважає статус найпереконливішим результатом соціального капіталу. Другий механізм (механізм підтримки нерівності) заснований на універсальній тенденції встановлювати зв'язки з людьми, схожими на даного індивіда за основними характеристиками (стать, освіта, соціально-економічний статус, цінності та соціальні установки).

М. Герман звертає увагу на три методологічні підходи в рамках теорій соціального капіталу :

1. Мережевий підхід (П. Бурд'є, Д. Коулман), який розглядає різноманітні соціальні мережі та відповідні ресурси соціальних агентів;
2. Ціннісний підхід (Ф. Фукуяма), який концентрує увагу на ціннісних орієнтаціях та культурних традиціях як передумовах формування ефективної політичної системи;
3. Інституційний підхід (Р. Патнам), який розглядає феномен соціального капіталу з точки зору ефективності функціонування інститутів громадянського суспільства [32, с. 106].

Російський дослідник В. Титов виділив три рівні формування соціального капіталу :

1. Перший рівень утворює соціальне оточення індивіда, відносини в якому будуються на міжособистісній основі. Велику роль у побудові таких взаємодій відіграють «емоційні прихильності, досвід попереднього взаємодії, спільне проведення дозвілля, взаємодопомога у роботі, взаємний обмін ресурсами, послугами, надання фінансових коштів у борг» [149, с. 92].
2. На другому рівні вимірюється включеність індивіда в різні громадські та професійні організації. Взаємодія в такому випадку зазвичай носить анонімний, безособовий характер. Основа таких відносин – формальні

договори, правила та стандарти. Організації, в які входить індивід, очікують від нього виконання певних функцій, а сам індивід вправі очікувати можливості задоволення в організації своїх особистісних потреб.

3. На третьому рівні соціальний капітал реалізується індивідом у різних формах громадянської активності: участь у політичних партіях, рухах, акціях.

Отже, перший рівень соціального капіталу – мікрорівень, який «утворюють локальні співтовариства, різні громадські та підприємницькі організації» [128, с. 92], тоді як інституційний та громадський соціальний капітал слід віднести до макрорівня.

Схожу класифікацію запропонував Дж. Тернер, визначення якого найчастіше використовується з точки зору формування соціального капіталу: «соціальний капітал – це сили, що збільшують потенціал економічного розвитку суспільства шляхом створення і підтримки соціальних зв'язків» [Цит. за : 144, с. 34]. Ці сили діють на трьох рівнях (мікро–, макро– і мезорівень). Тому соціальний капітал формується як: а) об'єднання людей для вирішення питань, пов'язаних із регулюванням основних потреб (макрорівень); б) елементи людського капіталу, які генерують соціальні відмінності (мезорівень); в) особисті відносини в соціальних групах (мікрорівень).

Вимірювання соціального капіталу є непростим завданням, оскільки йдеться про нематеріальні та далеко не завжди доступні спостереженню характеристики. Як правило, найбільш використовуваними індикаторами соціального капіталу на макрорівні є рівень довіри (Р. Патнам), громадянська та політична активність (Дж. Конвей) і соціальні норми, вимірювані на індивідуальному рівні і використовуються для отримання характеристик спільнот. Щодо індивідуального соціального капіталу, то він визначається як «кількість і якість соціальних зв'язків індивіда, які можуть бути використані ним або нею для отримання економічних, соціальних і психологічних

переваг» [122, с. 75]. Тут уже можна відокремити причини (кількість і якість міжособистісних зв'язків) від наслідків (соціально-економічний статус, дохід і задоволеність життям) [213]. Соціальний капітал в такому випадку вимірюється через кількість зв'язків із іншими людьми та наявність цінних ресурсів у цих людей.

Аналіз досліджень і публікацій вказує, що проблеми соціального капіталу активно досліджували українські науковці. Автор теорії соціально-економічних криз український економіст М. Туган-Барановський у 1916 році в роботі «Соціальні основи кооперації» виклав основи теорії соціального капіталу [156]. На його думку, конкуренція і кооперація є двома основними взаємодоповнюючими процесами ринкової економіки і сьогодні тісно пов'язані з теорією розвитку соціального капіталу суспільства.

В Україні впровадження категорії «соціальний капітал» у науковий обіг тільки започатковується. Вперше питання про евристичну цінність цієї категорії розглянула професор А. Колодій, яка на науковій конференції «Громадянське суспільство і соціальні перетворення в Україні» виступила з доповіддю «Соціальний капітал: зміст та евристична цінність концепції» [34].

Серед вітчизняних вчених теоретичні аспекти соціального капіталу досліджують В. Геєць, М. Горожанкіна, О. Грішнова, Т. Заяць, А. Колот, Е. Лібанова. Специфіку соціального капіталу вивчають М. Лесечко, О. Сидорчук, В. Степаненко та ін. К. Козлов аналізує соціальний капітал в контексті політичної модернізації вітчизняних органів влади [57]. В. Степаненко проаналізував концепцію соціального капіталу в умовах посткомуністичного суспільства і показав його зв'язок з формуванням громадянського суспільства в Україні [138]. Е. Гугнін та В. Чепак визначають соціальний капітал як одну з форм капіталу, що, будучи багатофункціональним, сприяє задоволенню інтересів індивіда і водночас обслуговує суспільні та групові інтереси [35].

Взаємозв'язок довіри та соціального капіталу досліджували Г. Андрущенко [6], Т. Неделчева. Проблемам та перспективам розвитку соціального капіталу в Україні приділяють увагу у своїх наукових пошуках С. Сивуха [122], О. Шуба [183]. Л. Четверікова аналізує процес інституалізації соціального капіталу як важливого чинника й індикатора становлення громадянського суспільства в Україні [173]. Ю. Савко звертає увагу, що соціальний капітал є передумовою протестної політики у разі незадоволення діями політиків і функціонування політичних інститутів [118, с. 157].

Т. Таран доводить, що актуальність дослідження політологічних аспектів феномена соціального капіталу істотно зростає в умовах посилення глобалізаційних процесів, які детермінують нове осмислення сутності політичної влади, її функцій та інструментів, а головне – способи її легітимації [146; 147].

На думку Т. Шаповалової, соціальні мережі (мережеві взаємодії, діяльність) є рушійною силою та невід'ємною компонентою соціального капіталу; вони поєднують норми (формальні та неформальні) з інститутами соціального капіталу, утворюючи його інституціональне середовище [177, с. 132]. Іншими словами, соціальні мережі, норми та інститути є «триома китами» соціального капіталу, утворюючи умовну «тріаду» важливих складових цієї категорії. Дефініція «соціальні мережі» бере свої витоки в соціології та означає: сукупність акторів і відносин (спілкування, консультації, довіра та ін.) між ними, які їх поєднують; певне поєднання акторів та визначених ними відносин [238, с. 20]; структурна основа соціального капіталу; відносно стала конфігурація соціальних зв'язків. Т. Шаповалова називає соціальні мережі «судинною системою» соціального капіталу, а обсяги його накопичення, на її думку, залежать від ступеня мережевих зв'язків, взаємовідносин і взаємодій [177, с. 134].

М. Лесечко та О. Сидорчук аналізують соціальний капітал із позицій державного управління та відносин держави з носіями соціального капіталу [79]. Соціальний капітал вони розглядають як складний феномен, який сприяє побудові громадянського суспільства, одну з найважливіших характеристик сучасного етапу цивілізації, на якому роль громадянського суспільства стає рівнозначною ролі публічно-управлінських структур. Дія соціального капіталу базується, на думку М. Лесечко й О. Сидорчук, на принципах соціальної єдності, тобто згуртованості, цілісності і неподільності суспільства. За допомогою соціального капіталу забезпечується соціальна справедливість, тобто рівні можливості для реалізації прав і свобод громадян, задоволення соціально-економічних потреб; консолідація суспільства – зміцнення, згуртування членів суспільства. Поняття соціального капіталу включає довіру до оточуючих та різних соціальних інститутів, горизонтальні відносини індивідів, соціальні норми та цінності, цільові установки [74, с. 60]. О. Сидорчук виділяє чотири рівні формування соціального капіталу (мікрорівень, мезорівень, макрорівень, наднаціональний рівень), розрізняє три основні форми соціального капіталу (зв'язки-тенета, зв'язки-мости, зв'язки-ланки), а основними джерелами соціального капіталу розглядає сім'ю, освітні заклади, територіальні громади, організації, громадянське суспільство, державний сектор, етнічні групи, міждержавні об'єднання [128, с. 8].

А. Бова вказав на тенденцію зменшення соціального капіталу в Україні і підкреслив, що особливістю цієї тенденції є зниження довіри до органів державної влади та падіння громадської активності на тлі збільшення довіри до сім'ї, родичів, колег, церкви і, відповідно, активізацію діяльності саме в родинній та церковній сферах [11]. А. Багнюк визначає, що соціальний капітал, як і будь-яка інша форма капіталу, передбачає процес обміну, що відбувається певними порціями (дозами), де порція отриманого має перевищувати порцію вкладеного. Саме тут з'являється логічна необхідність

у застосуванні такого поняття, як «суспільна квантифікація». Соціальний капітал – це «капітал соціального спілкування, капітал людських взаємин через обмін квантами істини, добра, краси, справедливості, закону, віри, правди» [7, с. 44].

О. Демків досліджував мережеву структуру соціального капіталу та засади його вивчення [39]. В. Єлагін свої дослідження присвячує ролі соціального капіталу у процесі розбудови соціальної держави [44]. М. Широкова розглядає взаємозв'язок соціального та публічного капіталу організації [180]. Ю. Татенко аналізує соціальний капітал молоді [148].

Соціальний капітал, на думку Н. Левчук, є інтегральною якісною характеристикою життєдіяльності суспільства, що відображає потенціал соціальної взаємодії та згуртованості. Більшість дослідників визнають, що соціальний капітал, втілений у вигляді норм та традицій соціальної солідарності і розгалуженої мережі громадянської співучасті, є важливою передумовою успішного суспільного розвитку [73, с. 47]. На думку дослідниці, основними складовими соціального капіталу є: взаємна довіра, соціальні мережі та спільні норми і цінності. Спільні цінності та норми взаємодії забезпечують різні форми обміну соціальною підтримкою, а залученість індивідів до соціально схвалюваних мереж має позитивний ефект, пов'язаний з доступом до ресурсів груп, у які включені індивіди. Сила соціальної зчепленості / єдності справляє відчутний вплив на стан здоров'я населення, оскільки суспільство, яке покладається на довіру та соціальну згуртованість, є ефективнішим і менш схильним до конфліктів та соціальних патологій, аніж суспільство у стані дезінтеграції та сповнене недовіри.

Звернемо увагу, що попри наявність певної кількості теоретичних розвідок, в Україні досить мало емпіричних досліджень соціального капіталу.

На нашу думку, головною причиною соціального замовлення на вивчення соціального капіталу є рух від державної відповідальності за соціальний захист населення до численних нижчих рівнів через процес

передачі державою своїх повноважень недержавним інституціям. Теорія соціального капіталу пояснює, яким чином індивіди можуть досягати більшого при меншій інституційній підтримці. Таким чином, інтерес до соціального капіталу чітко відповідає кризі етатизму та переформатування моделі держави загального добробуту на сервісну державу.

1.2. Основні теоретико-методологічні підходи до осмислення феномена соціального капіталу.

1.2.1. Підхід до аналізу соціального капіталу П. Бурд'є.

Хоч погляди П. Бурд'є не є «білою плямою» вітчизняної науки, проте власне політологічний аналіз його підходів щодо соціального капіталу практично відсутній. Ми ставимо за мету здійснити політологічний аналіз поглядів П. Бурд'є щодо соціального капіталу, показати відмінності наукових позицій цього мислителя від підходів інших дослідників проблематики.

П. Бурд'є – винятково багатовимірний дослідник: анархіст, антиглобаліст, відомий бунтар, і у той же час його консалтинговими послугами користувалася корпорація «Kodak», а Міністерство освіти Франції замовило академічний підручник зі соціології. Мислитель запропонував поняття «соціальний капітал» у 1983 році у статті «Форми капіталу» [193]. Його підхід до соціального капіталу особливий, позаяк базується на розгляді останнього як соціальних зв'язків, які можуть виступати ресурсом отримання вигод; акцент робиться на динаміці соціального капіталу, його здатності до конвертації в інші форми капіталу – символічний, економічний, культурний.

Соціальний капітал визначається П. Бурд'є як «ресурси, засновані на родинних відносинах та відносинах у соціальній групі, що організована за принципом участі», як «сукупність актуальних або потенційних ресурсів, що пов'язані з володінням міцними зв'язками, інституціалізовані відносинами взаємного знайомства і визнання» [Цит. за : 222, с. 66].

П. Бурд'є підкреслює, що соціальний капітал – це більше, ніж просто мережа групових зв'язків. Його природа припускає трансформацію стійких відносин, таких як сусідство, відносини в колективі колег і навіть родинні зв'язки, у відносини, що є «необхідними і вибраними, які припускають тривалі суб'єктивно-емоційні зобов'язання (почуття подяки, поваги, дружби тощо)» [193, с. 103]. Позаяк соціальний капітал розподіляється між первинними соціальними групами і класами нерівномірно, то він виступає важливим чинником відтворення соціально-класової структури суспільства.

За П. Бурд'є, соціальний капітал є продуктом суспільного виробництва, матеріальних і тим самим класових практик, засобом досягнення групової солідарності. У такому розумінні соціальний капітал виступає не тільки і не стільки причиною економічних вигод, скільки проявом соціально-економічних умов і обставин; він є груповим ресурсом і не може бути виміряний на індивідуальному рівні. Зв'язки між економічним розвитком суспільства та розміром сукупного соціального капіталу опосередковані політичним ладом, релігійними традиціями, домінуючими цінностями. Послідовники ж П. Бурд'є нині використовують в основному якісні, етнографічні та історичні методи оцінки соціального капіталу спільнот.

За П. Бурд'є, капітал (залежно від сфери функціонування) має три іпостасі: 1) економічний капітал (конвертується в гроші, інституціоналізується у формі права власності); 2) культурний капітал (інституціоналізований у формі освітніх кваліфікацій); 3) соціальний капітал (утворений соціальними зобов'язаннями («зв'язками»); за певних умов конвертується в економічний капітал і може бути інституціоналізований, наприклад, у формі аристократичного титулу [16, с. 60].

На думку П. Бурд'є, соціальний капітал є сукупністю реальних або потенційних ресурсів, пов'язаних із володінням стійкою мережею більш-менш інституціоналізованих відносин взаємного знайомства і визнання – іншими словами, з членством у групі. Остання дає своїм членам опору у

вигляді колективного капіталу, «репутації», що дозволяє їм отримувати кредити в усіх значеннях цього слова. Ці відносини можуть існувати тільки в практичному стані, у формі матеріального та / або символічного обміну, який сприяє їх підтримці. Вони також можуть бути оформлені соціально та гарантовані загальним ім'ям (ім'ям сім'ї, класу, племені, школи, партії тощо) або цілим набором активів, що інституціоналізують, покликані одночасно формувати й інформувати тих, хто через них проходить; у цьому випадку вони більш-менш реально приводяться в дію, а потім підтримуються та контролюються в процесі обміну. Засновані на стійких актах матеріального та символічного обміну, виникнення та підтримка яких передбачає підтвердження близькості, вони також частково не зводяться до об'єктивних відносин близькості у фізичному (географічному) або навіть в конкретному економічному та соціальному просторі. Отже, з точки зору П. Бурд'є, соціальний капітал є сукупністю ресурсів, доступних індивіду завдяки його соціальним зв'язкам; ці зв'язки – продукт діяльності з формування і відтворення соціальних відносин.

Таким чином, обсяг соціального капіталу, що є у розпорядженні особи, залежить від розміру мережі зв'язків, які вона може ефективно мобілізувати, обсягу капіталу (економічного, культурного чи символічного), яким, у свою чергу, володіє кожен із тих, хто пов'язаний із особою. Це означає, що хоч соціальний капітал не зводиться до економічного та культурного капіталів агента (групи пов'язаних із ним агентів), він ніколи не залишається повністю незалежним від цих форм капіталу, позаяк обміни, які породжують взаємне визнання, припускають підтвердження деякого мінімуму об'єктивної однорідності, і оскільки він (соціальний капітал) здійснює мультиплікативно вплив на капітал, яким вже володіє певний агент. Прибуток, принесений у результаті членства у групі, лежить в основі солідарності, яка робить можливим її отримання. Це не означає, що агенти свідомо переслідують мету отримання прибутку як такого, навіть якщо мова йде про клуби для обраних,

організовані саме для концентрації соціального капіталу, а в результаті отримувати повну вигоду від мультиплікативного ефекту концентрації та зберігати прибуток від членства у них (матеріальну, скажімо, всі види послуг, які приносять корисні знайомства, і символічну, наприклад, прибуток від зв'язку з рідкісною, престижною групою).

П. Бурд'є звертає увагу, що існування мережі зв'язків не є чимось природним, чи сконструйованим раз і назавжди у результаті первинного акту інституціоналізації та представлене (як у випадку зі сімейною групою) генеалогічним визначенням родинних зв'язків, що характеризують певне соціальне утворення. Ці зв'язки є продуктом перманентної роботи з інституційного оформлення, ключові моменти якого позначаються відповідними обрядами інституціоналізації (часто невірно описувані як обряди, пов'язані зі зміною соціального статусу). Мережі зв'язків необхідні для побудови довготривалих, корисних зв'язків, що дозволяє зберегти матеріальний чи символічний прибуток.

П. Бурд'є визначав концепт соціального капіталу як агрегацію дійсних чи потенційних ресурсів, пов'язаних із включенням до міцних мережевих або більш-менш інституціоналізованих відносини взаємних зобов'язань або визнань. Його бачення інструментальне й зосереджене на користі, яку індивіди накопичують, постійно беручи участь у групах із метою створення деякого ресурсу. Перевага, акумульована завдяки членству в групі, є, за П. Бурд'є, базисом можливої солідарності. Соціальна мережа спершу повинна бути сконструйована через інституціалізацію групових взаємодій, які використовуються як надійне джерело інших ресурсів. З визначення П. Бурд'є випливає, що, по-перше, соціальні взаємини самі по собі відкривають індивідам доступ до ресурсів асоціації або групи, а по-друге, якість соціального капіталу визначається якістю цих ресурсів.

Такий підхід знижує значення всіх форм економічного капіталу, що визначається як накопичений людською працею, позаяк через соціальний

капітал актори можуть отримувати прямий доступ до економічних ресурсів (брати субсидії, захищати ринки і под.). Вони також можуть збільшувати свій культурний капітал через контакти з індивідами, його втілюють (акторами, художниками та ін.), або з експертами. Стає можливим інтегрування людей у певні інститути за допомогою цінних «вірчих грамот» – дипломів і сертифікатів (тобто, інституціоналізація людського капіталу).

Із визначення П. Бурд'є впливає, що нарощення соціального капіталу знижує значимість капіталу економічного. Не існує процесів, які розвивають одночасно обидві ці форми, кожна з них має власну динаміку. У порівнянні з економічним обміном, соціальний обмін характеризується меншою прозорістю та більшою невизначеністю. Наприклад, трансакції, що включають соціальний капітал, можна охарактеризувати невизначеними зобов'язаннями, розмитими часовими кордонами і ймовірним порушенням взаємних очікувань. Однак, якби соціальний обмін був більш чітким і зрозумілим, то мова велася б про ринкові відносини. Досі залишаються неясними мотиви обміну соціальним капіталом.

П. Бурд'є, як і Дж. Коулман, підкреслювали «невловимість» соціального капіталу порівняно з іншими формами капіталу. У той час як економічний капітал лежить на банківських рахунках, а людський капітал зосереджений в головах людей, соціальний капітал притаманний соціальній структурі взаємодій. Соціальний капітал – ресурс, який актор постійно повинен співвідносити зі своїм оточенням. Індивід має соціальний капітал щодо інших, і ці інші повинні дійсно бути джерелами задоволення його потреб.

М. Фрем зауважує, що П. Бурд'є використовує поняття соціальний капітал для того, щоб проаналізувати механізми відтворення соціальної нерівності в капіталістичному суспільстві, а проведений ним аналіз соціального капіталу дозволяє зрозуміти, як повсякденні сімейні та дружні відносини призводять до виникнення та відтворення соціальної нерівності. За

М. Фремом, дослідження нерівномірного розподілу соціального капіталу в суспільстві робить можливим зрозуміти контекст існування індивідуальної бідності, яку прийнято вважати природною і неминучою [205].

П. Бурд'є розійшовся у поглядах із ще одним основоположником концепції соціального капіталу – американським політологом Р. Патнамом щодо спрямування впливу соціального капіталу на економічні та суспільні процеси. Якщо Р. Патнам визначив соціальний капітал як особливості суспільного життя (мережі, норми і довіра), які дозволяють учасникам діяти спільно більш ефективно для досягнення спільних цілей, а власне вплив соціального капіталу розглядав як величину позитивну, то П. Бурд'є звертав увагу наукового співтовариства на способи негативного впливу соціального капіталу.

Так, П. Бурд'є звертає увагу як на матеріальний достаток людей із високим соціальним статусом, так і їхню більшу поінформованість, великі ресурси і можливості підтримувати свою соціальну перевагу. Соціальні зв'язки володіють реальною вартістю, позаяк забезпечують доступ до гарної роботи, хорошого університету, дому тощо. Індивіди, позбавлені таких зв'язків і можливостей, не можуть претендувати на отримання вищої освіти та високооплачуваної роботи, тому відтворюють свою бідність і низький соціальний статус. Таким чином, соціальні зв'язки, за П. Бурд'є, – ресурс, який полегшує одним індивідам доступ до решти ресурсів і позбавляє цього доступу інших індивідів. Розподіл ресурсів, залежно від соціальних зв'язків індивідів, розчинений у повсякденних стосунках, можна вважати механізмом нав'язування групових норм, що зміцнює привілейований статус соціальної еліти.

Порівнюючи підходи до соціального капіталу П. Бурд'є та ще одного із основоположників концепції соціального капіталу – Дж. Коулмана, американський дослідник Дж. Філд зазначив: «П. Бурд'є постійно повертався до тези, що привілейовані особистості підтримують своє

становище, використовуючи свої зв'язки серед інших привілейованих осіб. Погляд Дж. Коулмана гостріший, він наполягав на важливості зв'язків, як для окремих людей, так і колективів, привілейованих або уцімлених. Однак погляд Дж. Коулмана наївно оптимістичний, бо як суспільне благо, соціальний капітал майже повністю визначається його функціями, створюючи низку норм і санкцій, які дозволяють людям співпрацювати заради отримання взаємних вигод і при найменших витратах [200]. П. Бурд'є використовує цей концепт навпаки, висвічуючи лише «темну сторону» – для малозабезпечених верств населення, і світлу – для «привілейованих» [203].

П. Бурд'є розглядав соціальний капітал як індивідуальну характеристику [16]. На його думку, соціальний капітал, на відміну від грошового, зростає у міру використання. При цьому темп відтворення соціального капіталу на індивідуальному рівні позитивно залежить від накопиченого у суспільстві в цілому рівня соціального капіталу. Зокрема, П. Бурд'є вважає, що розмір відтворення соціального капіталу визначається особливостями середовища накопичення, у тому числі, розміром соціальної мережі. Таким чином, з точки зору П. Бурд'є, виробництво соціального капіталу вимагає й інших ресурсів (чи інших форм капіталу), таких як тимчасові та матеріальні витрати. Отже, ті, хто володіє великим обсягом капіталу інших форм, мають більше можливостей формувати соціальний капітал. Такий погляд дозволив сформуванню розгляд соціального капіталу на індивідуальному (мікро–) рівні. У той же час Р. Патнам розширив поняття соціального капіталу до зв'язку з громадянською активністю в спільнотах, містах і країнах, розуміє соціальний капітал як результат швидше групи, ніж окремого індивіда [223].

Можна погодитися з П. Бурд'є, що часто більш економічно благополучні члени суспільства володіють вищим значенням соціального капіталу, проте економічне благополуччя агента, ймовірно, не є єдиною умовою зростання його соціального капіталу, так як концепція соціального

капіталу не може розглядатися у відриві від суспільства. Вигоди, про які йде мова з початку створення концепції соціального капіталу, можуть бути отримані тільки в результаті взаємодії в рамках суспільства, про що говорив Р. Патнам.

На переконання П. Бурд'є, відтворення соціального капіталу передбачає безперервну роботу щодо встановлення соціальних зв'язків, серії обмінів, під час яких визнання постійно підтверджується. Ця робота, що припускає витрати часу та сил, а отже (прямо чи опосередковано), й економічного капіталу, не приносить прибутку і навіть не помічається, допоки вона не підкріплюється особливою компетенцією (знанням генеалогічних і реальних зв'язків, а також навичками їх використання тощо) і диспозицією до набуття й утримання цієї компетенції, які самі є невід'ємними частинами цього капіталу. Це один із чинників, що пояснюють, чому прибутковість праці з накопичення та підтримки соціального капіталу збільшується пропорційно загальному розміру капіталу. Позаяк соціальний капітал, що впливає з тих чи інших відносин, значно більший у випадку, якщо людина – суб'єкт цих відносин – щедро наділена капіталом (насамперед, соціальним, але й культурним, економічним), то власники успадкованого соціального капіталу, символізованого відомим ім'ям, можуть перетворювати всі свої випадкові знайомства на тривалі зв'язки [16, с. 67].

Кожна група, за аналізом П. Бурд'є, має свої більш-менш інституціоналізовані форми делегування прав, що дозволяє їй концентрувати весь обсяг соціального капіталу, що лежить в основі існування групи (в першу чергу сім'ї або нації, але також асоціації або партії), в руках одного агента або невеликої групи агентів і наділяти їх повноваженнями представляти всю групу, повноправно діяти і виступати від її імені. Вони, отже, можуть за допомогою подібного колективного капіталу реалізовувати владні відносини, непорівнянні з особистим внеском агента [16, с. 67].

Можливість конвертації різних типів капіталу служить основою стратегій, спрямованих на забезпечення відтворення капіталу за допомогою перетворень, що мінімізують витрати та втрати, з якими пов'язане саме перетворення (при конкретному стані відносин соціальної влади). П. Бурд'є зауважує про можливість диференціювати різні типи капіталу залежно від їхньої здатності до відтворення або, точніше, в залежності від того, наскільки легко вони передаються (тобто, з якими витратами та наскільки явно чи приховано). Обсяг витрат і ступінь відкритості, як правило, змінюються у зворотній пропорції. Все, що допомагає приховувати економічний аспект, як правило, також збільшує ризик втрати (особливо у разі передачі капіталу між поколіннями). Таким чином, за П. Бурд'є, неспівмірність різних типів капіталу веде до високого ступеня невизначеності різних типів трансакцій між їх власниками. Аналогічно, проголошена відмова від розрахунків і гарантій, що характеризує обміни, націлені на виробництво соціального капіталу у формі більш-менш довгострокових зобов'язань (обміни подарунками, послугами, візитами і под.), неминуче зумовлює ризик зіткнутися з невдячністю, з відмовою від визнання негарантованих боргів, які такий вид обміну покликаний породжувати. І, відповідно, високий ступінь прихованості в передачі культурного капіталу має той недолік (на додаток до властивим йому ризикам втрати), що академічна кваліфікація – його інституціоналізована форма – може не передаватися (подібно аристократичного титулу) і не бути предметом домовленості (подібно акціям або паям).

1.2.2. Ціннісний підхід до розуміння соціального капіталу Ф. Фукуями.

Ще одним представником теорій соціального капіталу є американський філософ, політичний економіст і публіцист японського походження Ф. Фукуяма. Вчений під час своєї публічної лекції в Києві (у 2006 році) визначив соціальний капітал як «норми, неформальні норми або цінності, що роблять можливими дії у групах людей. Це може бути мала група, із двох

друзів, які допомагають один одному переїхати в іншу квартиру, або велика група, корпорація, або суспільство загалом [186, с. 3]. На початку 1990-х років у книзі «Довіра» Ф. Фукуяма означив соціальний капітал як «довіру, взаємодопомогу й активність» [161]. Отже, дослідник фактично обмежив поняття соціальний капітал рівнем міжособистісної та інституційної довіри. Учений вважає, що соціальний капітал – це неформальні норми або цінності, які роблять можливими колективні дії у групах людей [186, с. 3]. Ставлячи перед собою завдання виявити основну детермінанту ефективності функціонування політичних та економічних інститутів, Ф. Фукуяма констатує, що не ринкові принципи та закони і навіть не традиції, а рівень довіри, який простежується у суспільстві, впливає на функціонування інституційного дизайну громадянського суспільства. Отже, Ф. Фукуяма виводить соціальний капітал із культури співпраці. Для нього високий рівень соціального капіталу – це неофіційна норма, що сприяє взаємодії між індивідуумами і є необхідною умовою ринку та ліберальної демократії. Ф. Фукуяма розглядає насамперед економічну функцію соціального капіталу, яку вбачає у зменшенні трансакційних витрат, пов'язаних із формальними механізмами координування, наприклад, контрактами та бюрократичними процедурами.

Ф. Фукуяма наголошує на взаємозв'язку довіри зі соціальним капіталом. Дослідник розглядає довіру як мегатенденцію сучасного світу та складову соціального капіталу, яка невловимо, але суттєво та ефективно впливає на успішний та гармонійний розвиток всього суспільства. Цю форму капіталу Ф. Фукуяма визначає як сукупність норм або цінностей, що уможлиблюють колективні дії у групах людей і сприяють їх об'єднанню [56, с. 286], як «певний потенціал суспільства або його частини, що виникає в результаті довіри між його членами» [161, с. 52]. Він наголошує на важливості та дієвості довіри в постіндустріальну добу, коли відбувається прискорений науково-технічний прогрес, інформаційна перенасиченість,

глобалізаційні тенденції, ускладнення суспільного життя, пов'язуючи проблему довіри з процесами формування демократичних інституцій та становленням громадянського суспільства.

Вітчизняна дослідниця Л. Турчин на основі аналізу підходів Ф. Фукуями візуалізує (через виділення трьох постулатів довіри) аргументи американського дослідника про те, що спонукати людей довіряти один одному на всіх рівнях суспільства вкрай складно (див. рис. 1):



Рис. 1. Постулати довіри за Ф. Фукуямою [157]

У роботах Ф. Фукуями артикулюється, що превалювання довіри в суспільстві породжує соціальний капітал. Тракткування соціального капіталу Ф. Фукуямою привертає увагу до соціокультурних чинників (соціальних норм, соціальної мобільності та мотивації економічних агентів), які виступають сприятливими елементами зовнішнього середовища, сприяють формуванню довіри, полегшують координацію економічної діяльності, підвищують ефективність функціонування ринкового механізму [2, с. 146; 96, с. 10].

Ф. Фукуяма виводить соціальний капітал із культури співробітництва [160]. Для нього високий соціальний капітал – неофіційна норма, що просуває співробітництво між індивідуумами, що є невидимою

умовою ринку і ліберальної демократії. Ф. Фукуяма вбачає економічну функцію соціального капіталу в зменшенні трансакційних витрат, пов'язаних з формальними механізмами координування, наприклад, із контрактами та бюрократичними процедурами. Він підкреслює, що координація, заснована на неофіційних нормах, залишається важливою частиною сучасних економік і, можливо, стає більш значущою, оскільки природа економічної діяльності й технологій виявляється більш складною. Багато послуг є дорогими, тому контроль над їх наданням краще робити шляхом упровадження професійних стандартів, а не через формальні механізми. Крім того, формальний обмін інтелектуальними технологіями в рамках діяльності економічних суб'єктів спричиняє великі витрати, що, у свою чергу, підвищує значення довіри в рамках неформальних відносин для зменшення цих витрат. Норми ж, що допомагають утворити соціальний капітал, повинні містити в собі такі цінності, як правдивість, виконання зобов'язання, співробітництво з іншими людьми.

Ф. Фукуяма зазначав, що всі суспільства мають деякий запас соціального капіталу, реальні розходження між ними пов'язані з тим, що можна назвати «радіусом довіри» [160, с. 235]. Іншими словами, норми співробітництва, такі як чесність і взаємність, можуть поділятися членами обмеженої групи людей, але не всіма членами цього суспільства. Велику роль він приділяв родині як важливому джерелу соціального капіталу.

Соціальний капітал, на думку Ф. Фукуяма, є необхідною умовою створення здорового громадянського суспільства, тобто безлічі груп і об'єднань, що займають місце між родиною і державою. Соціальний капітал дозволяє різним групам усередині неоднорідного суспільства поєднуватися один з одним, щоб захищати свої інтереси, якими в протилежному випадку може знехтувати могутня держава [172, с. 52-58].

На думку Ф. Фукуяма, «соціальний капітал відрізняється від інших форм людського капіталу тим, що він зазвичай створюється і передається

через такі культурні механізми, як релігія, традиція або історична звичка» [207, с. 26]. Мислитель вважає найважливішою складовою соціального капіталу є спонтанне спілкування як здатність створювати нові асоціації та співпрацювати за встановленими принципами. Головна характерна риса таких асоціацій за Ф. Фукуямою, полягає в тому, що вони є об'єднаннями нового типу, що відрізняються як від традиційно існуючих груп, скажімо, сім'ї, так і від організацій, свідомо створених урядом на основі формальних правил.

Ф. Фукуяма визначив такі джерела формування соціального капіталу [162, с. 10] : по-перше, держава покликана утримувати громадський сектор, по-друге, джерело соціального капіталу – мережі громадської активності, які в Україні сьогодні знаходяться у стадії становлення, по-третє, сім'я, сусіди та близькі друзі. Та проблема тут полягає у тому, що, по-перше, для України, як і для більшості розвинених держав світу, характерна нуклеарна сім'я, а по-друге, сім'я сьогодні важко долає побутові проблеми, оскільки майже третина населення нашої держави перебуває за межею бідності, що спричиняє відчуження між членами сім'ї, між родичами та сусідами.

Ф. Фукуяма зазначає, що «соціальний капітал – інституціональна неофіційна норма, що сприяє співробітництву між двома або більше особами» [186, с. 3]. На основі такого визначення він побудував гіпотетичну модель суспільної взаємодії окремих людей і соціальних груп різноманітного масштабу та обсягу. Усі групи, що втілюють соціальний капітал, мають певний «радіус довіри», тобто коло людей, серед яких діють спільно адаптовані норми. Якщо соціальний капітал групи оказує позитивний зовнішній вплив, то радіус довіри може бути більше самої групи. Радіус довіри, згідно з цією моделлю, може бути менше, ніж сама група, що характерно для великих організацій, які сприяють установленню спільних норм тільки серед управлінців і постійного персоналу. У такий спосіб

сучасне суспільство можна представити у вигляді серії концентричних і взаємно пересічних окружностей, що мають «радіус довіри». Вони можуть варіюватися від кола друзів і знайомих до неурядових організацій і релігійних груп.

Соціальний капітал, на відміну від інших форм капіталу, найбільше залежить від зовнішніх умов, тому при вимірі соціального капіталу нації варто брати до уваги ці чинники.

На накопичення соціального капіталу впливають особливості національних культурних традицій. Так, в Японії мають місце такі чинники – повага до чиновників, високий рівень їх професійної підготовки, загальна повага до влади всього суспільства, взаємна довіра тощо, що підтверджує тезу про те, що сучасні моделі управління не можуть бути перенесені в інші суспільні системи, з низьким рівнем соціального капіталу. Наявність в Японії державних установ, що мають великий вплив на розподіл ресурсів, не привело до такого рівня корупції, як в аналогічних установах в Африці або Латинській Америці. Таким чином, першим індикатором виміру абсолютної величини соціального капіталу в суспільстві є сума членів усіх груп. Очевидно, що кожна із цих груп характеризується різним рівнем внутрішньої солідарності й, отже, результатом колективних дій, і тому необхідно додати який-небудь якісний коефіцієнт.

Ф. Фукуяма дослідив вплив культурних особливостей різних національних традицій на формування соціального капіталу. Наприклад, країни Східної Азії дуже стрімко розвиваються протягом останніх кількох десятиліть. Однак природа цього зростання в різних частинах Східної Азії, на його думку, є зовсім різною, саме через національний характер соціального капіталу. Він вважає, що соціальний капітал – це визначений потенціал суспільства, що виникає як результат довіри між його членами, тобто це – форма матеріалізованої довіри [186, с. 3]. Так, культури з високим ступенем довіри, тобто країни з високорозвиненими інститутами посередництва

(Ф. Фукуяма виділяє Японію, Німеччину і США), мають важливі переваги у конкурентній боротьбі.

У Китаї сутність соціальної системи конфуціанства полягає у своїй основі в певній ідеології щодо родини, згідно з якою зобов'язання та взаємні відносини між членами групи, об'єднаної родинними зв'язками, є більш важливими, ніж зобов'язання перед безособовою владою, якою є держава. У Гонконгу, Тайвані та тих частинах Китаю, де були проведені ринкові реформи, більша частина підприємств є сімейними підприємствами.

Звичайно, сімейні підприємства є джерелом бізнесу та підприємництва майже в будь-якому суспільстві. Але дуже цікавий факт, який стосується цих регіонів Китаю, полягає в тому, що ці підприємства залишаються сімейними підприємствами за формою, навіть якщо вони зростають. Причина цього полягає в тому, що в цій системі культурних цінностей сімейному підприємству досить важко приймати інших працівників і довіряти їм, лише завдяки їхнім професійним здібностям; краще просто наймати родичів, яким можна довіряти з причин, коріння яких слід шукати в національній культурі.

В Японії існує абсолютно інша ситуація. Японія ніколи не була суспільством із конфуціанською системою цінностей. Отже, зобов'язання, які японці відчують до державних органів влади, завжди є важливішими, ніж зобов'язання перед родиною. Однією з причин, завдяки якій Японія на ранньому етапі індустріалізації змогла створити корпорації дуже великого масштабу, якими управляли ієрархії професійних менеджерів, було насправді глибоко вкорінене в японській культурі негативне ставлення до непотизму (кумівства). Це полягало в тому, що у фірму (компанію, корпорацію) приймали на роботу людей, яких обирають завдяки їхнім професійним якостям, замість того, щоб віддавати посади своїм дітям [44].

Силіконова Долина у США, на думку Ф. Фукуями, саме завдяки соціальному капіталу стала таким джерелом підприємництва, генератором інноваційних ідей. Там працює багато людей, які були раніше колегами,

разом вчилися та мали дружні відносини; кожен усвідомлює, що існує певна норма щодо взаємодії і велика увага в цій культурі приділяється обміну інтелектуальною власністю, але такий обмін може бути, коли є довіра між членами відповідної спільноти [186, с. 4].

У багатьох комуністичних країнах єдиними засобами регулювання, які існували для людей, були формальні репресивні заходи, що здійснювались карально-наглядовими органами. Та після того як цей апарат зник, у людей не залишилось (та їх і не було) тих внутрішніх цінностей, завдяки яким люди не будуть законослухняними незалежно від того, чи здійснює держава тотальний контроль. Таким чином, коли держава забагато втручається в суспільство, вона руйнує соціальний капітал. Таким був весь досвід практичної реалізації теорії марксизму-ленінізму [44].

Як слушно зауважує В. Єлагін, важливість соціального капіталу полягає в тому, що він має сильний вплив на політичний, економічний і соціальний розвиток. По-перше, якщо люди, що працюють на одному підприємстві, довіряють один одному, тому що вони розділяють одні й ті самі етичні норми, витрати на виробництво знижуються. Не буде виникати необхідності в надмірному законодавчому регулюванні. Довіра робить зайвою (або, принаймні, знижує) необхідність законодавчого супроводу. По-друге, таке суспільство набагато легше ініціативно самоорганізується, оскільки високий рівень довіри дозволяє розвиватися широким соціальним зв'язкам, формуватися новим видам асоціацій, а також розвиватися співробітництву в рамках цих нових структур. Таким чином, суспільства з високим рівнем довіри зможуть легше адаптувати нові організаційні форми ринкових відносин і технологій. Саме тому вчені висловлюють думку, що сучасне економічне життя не зможе стати ефективнішим без високого ступеня довіри, тобто економічний потенціал у суспільстві з високим рівнем довіри більше, ніж у суспільстві з низьким рівнем довіри. По-третє, соціальний капітал також має відношення до якості державних інститутів : у

країнах із низьким рівнем соціального капіталу державної адміністрації страждають від корупції й неефективної діяльності [44].

Ф. Фукуяма – уважний спостерігач за подіями в Україні ще з часів Помаранчевої революції. Наприкінці серпня 2014 року дослідник озвучив свої поточні думки про Україну та процеси, які відбуваються в країні. Євромайдан він сприйняв як «здивування світу», оскільки українці вже мали досвід 2004 року, який закінчився провалом, але не втратили позитивне прагнення до змін. У цьому сенсі, це, на думку Ф. Фукуями, величезний потенціал, який тепер потрібно спрямувати на те, щоб змусити чиновників і політиків працювати як єдина політична система. На думку вченого, успішність суспільства – це не тільки економічне зростання або стабільність, а, в першу чергу – питання можливості людини повноцінно розвиватися і реалізовуватися в тому чи іншому суспільстві.

Отже, категорію довіри учений розглядає в контексті понять колективного блага, внутрішньої соціальної гармонії, професійної та національної солідарності, системи соціальних зобов'язань та широкого співробітництва. Соціальний капітал постає у Ф. Фукуями як матеріалізована довіра, що відіграє принципову роль у створенні здорової економіки та має культурне підґрунтя у вигляді успадкованих етичних навичок і ціннісних пріоритетів; його, на думку ученого, потрібно враховувати як один із ресурсів нації, поряд із наявністю трудових, природних і фінансових ресурсів.

1.2.3. Мережевий підхід до визначення соціального капіталу Дж. Коулмана та інституційний підхід Р. Патнама.

Американський політолог, професор Гарвардського університету Р. Патнам опублікував низку книг із проблематики соціального капіталу. Дослідник стверджує, що соціальний капітал відноситься до характеристик соціальної організації. У праці «Гра в кеглі наодинці : занепад соціального капіталу Америки» Р. Патнам визначає соціальний капітал як зв'язки між

індивідами – соціальні мережі та норми взаємності, які з них (мереж) впливають. При цьому Р. Патнам фокусує увагу насамперед на зовнішніх, громадських, а не приватних ефектах соціального капіталу. Отже, дослідник визначає соціальний капітал через «характеристики соціального життя – мережі, норми та довіру, які спонукають учасників до ефективнішої спільної дії задля досягнення спільних цілей» [225]. Р. Патнам акцентує увагу на якості діяльності громадських рухів, члени яких співпрацюють на основі, з одного боку, горизонтальної довіри, що породжує згоду учасників руху, а з другого – на основі вертикальної довіри, що полягає у взаємозв'язку з органами державної влади на різних рівнях. Р. Патнам підкреслює, що «з точки зору політичної стабільності, ефективності урядів і навіть економічного прогресу, соціальний капітал може виявитися ще важливішим чинником, ніж економічні або людські ресурси» [100].

На відміну від дослідників, які використовували у наукових пошуках якісні методи дослідження (П. Бурд'є і Дж. Коулмана), Р. Патнам запропонував чіткі індикатори виміру соціального капіталу. У вже згаданій роботі «Гра у кеглі на одинці : занепад соціального капіталу Америки» [99; 222] дослідник використовує трифазову модель соціального капіталу, яка складається з норм взаємин, довіри та соціальних мереж. Р. Патнам вимірює соціальний капітал за допомогою кількісних індивідуальних індикаторів, таких як інтенсивність і сила контактів між індивідами, членство у суспільних об'єднаннях, електоральна активність, задоволеність взаєминами між людьми, дотримання норм взаємності, відчуття безпеки, довіра до сусідів і соціальних інститутів. Такий підхід для вимірювання соціального капіталу підхід застосовується і Всесвітнім банком.

Р. Патнам не вважав соціальний капітал універсальним методом розв'язання суспільних проблем. Інвестування у соціальний капітал не є певною альтернативою, а скоріше складовою частиною загальної політики розвитку економічного сектору та людського капіталу.

На думку Р. Патнама, поняття соціального капіталу характеризує єдність культури та структури, що складається в межах громад. Воно включає в себе норми взаємності (такі, як довіра, толерантність) і мережі громадянської активності (участь людей у різних спілках та об'єднаннях) [99]. Доповнюючи одна одну, ці дві складові соціального капіталу сприяють об'єднанню та кооперації людей, внаслідок чого люди схильні добровільно підкорятися правовим нормам і утворюють сприятливе соціальне середовище для функціонування демократичних інститутів. Членство в добровільних організаціях, а особливо в багатьох одразу, є важливим для розвитку демократії.

Р. Патнам розглядає соціальний капітал і громадянське суспільство як основні передумови суспільного добробуту, адже «коли довіра і соціальні мережі добре розвинені, індивіди, фірми, райони і навіть нації процвітають» [99]. Соціальний капітал виступає у нього як чинник ефективного економічного зростання та соціально-економічного розвитку. «Соціальний капітал, – пише Р. Патнам, – втілений у нормах і мережах громадянської участі, є, ймовірно, попередньою умовою економічного процвітання, як і ефективне самоврядування [101, с. 80].

Незважаючи на раніші дослідження, у т. ч. і Р. Патнама, першим концептуальним опрацюванням категорії «соціальний капітал» можна вважати статтю Дж. Коулмана «Капітал соціальний і людський», у якій автор з'ясовує, відповіддю на які проблеми та виклики економічної теорії стала розробка концепції «соціального капіталу». Ця категорія в трактуванні Дж. Коулмана – це потенціал взаємної довіри та взаємодопомоги, що формується в міжособистісних відносинах: зобов'язання й очікування, інформаційні канали та соціальні норми [62, с. 124]. Він розглядав соціальний капітал як необхідне доповнення для ефективного функціонування фізичного і людського капіталів. Дослідник вказує, що соціальний капітал, як й інші форми капіталу, продуктивний; він сприяє

досягненню певних цілей, домогтися яких при його відсутності неможливо. Подібно до фізичного та людського капіталу, соціальний капітал не має своєї суворої дефініції, але він може володіти специфічними характеристиками у певних сферах. На відміну від інших форм капіталу, соціальний капітал, на думку Дж. Коулмана, «властивий структурі зв'язків між акторами і серед них. Це не залежить ні від самих акторів, ні від засобів виробництва. Більше того, організації, що мають певні цілі, можуть бути акторами (так званий корпоративний актор), так само як і індивід. Зв'язки всередині корпоративних акторів також можуть створювати для них соціальний капітал (при цьому найвідомішим прикладом є обмін інформацією)»[62, с. 124].

Дж. Коулман зазначає, що ця форма капіталу пов'язана зі встановленням і підтримкою зв'язків із іншими господарськими агентами. На його думку, соціальний капітал – це сукупність взаємин, що породжують дії. Ці взаємини пов'язані з очікуванням, що й інші агенти виконуватимуть свої зобов'язання без застосування санкцій [62, с. 122]. Ця одночасна концентрація очікувань і зобов'язань виражається узагальнюючим поняттям «довіра». Чим більше зобов'язань накопичено в певному співтоваристві, тим вища віра і, отже, вищий рівень соціального капіталу. Об'єктивовану структурну основу соціального капіталу формують мережі соціальних зв'язків, які використовуються для трансляції інформації, економії ресурсів, взаємного навчання правил поведінки, формування репутацій. На основі соціальних мереж, які часто мають тенденцію до відносної замкнутості, складається інституційна основа соціального капіталу – приналежність до певного соціального кола, або членство в групі [110, с. 27]. Іншими словами, «соціальний капітал є сукупністю реальних або потенційних ресурсів, які пов'язані з володінням стійкою мережею більш-менш інституціоналізованих відносин взаємного знайомства і визнання, тобто з членством у групі. Остання дає своїм членам опору у вигляді колективного капіталу» [193, с. 102-103].

Дж. Коулман зазначає, що соціальний капітал впливає на формування економічно розвиненого суспільства. Науковець виділяє кілька індикаторів рівня розвитку соціального капіталу : довіра до людей, задоволення життям, широка соціальна ідентифікація індивіда та стабільна циркуляція кадрів у соціальних організаціях [62]. Послідовники Дж. Коулмана розглядають соціальний капітал як атрибут індивіда, що дає йому серйозні переваги в досягненні життєвих цілей, захисті майна, доступі до інформації.

Отже, Дж. Коулман розвинув закономірність залежності індивідуального соціального капіталу від задоволення суспільних потреб. Натомість, наприклад, П. Бурд'є визначав соціальний капітал із точки зору суспільної взаємодії, наголошуючи на його індивідуальних характеристиках.

У Дж. Коулмана соціальний капітал є «певним видом ресурсу, доступним актору» [62, с. 124], який забезпечує досягнення конкретних цілей. При цьому дослідник підкреслює, що соціальний капітал виникає у взаємодії людей один із одним, а відповідно, належить не конкретному індивіду, а є суспільним благом [62, с. 124]. Через це він «менш вимірюваний (ніж інші форми капіталу), оскільки існує тільки у взаєминах індивідів» [62, с. 126].

Дж. Коулман виділяє такі форми прояву соціального капіталу – соціальний капітал як концентрація невиконаних зобов'язань, соціальний капітал як інформаційні канали і соціальний капітал як ефективні норми, підкріплені санкціями [62, с. 124]. Іншими словами, соціальний капітал міститься в таких елементах громадської організації, як довіра, соціальні мережі та соціальні норми, що створюють умови для координації та кооперації.

Цитований учений розглядає соціальний капітал у взаємозв'язку з капіталом людським, кажучи, що соціальний капітал у сім'ї – ресурс для підвищення рівня освіти дітей, поряд із фінансовим і людським капіталом [62, с. 132]. Такий висновок зроблений на підставі результатів

дослідження муніципальних шкіл у США, які засвідчили вкрай високе значення соціального капіталу в освіті молоді, іншими словами, на важливе значення соціального капіталу в створенні людського капіталу [62, с. 135]. Так само, як інші форми капіталу, соціальний капітал полегшує виробничу діяльність. Наприклад, група, всередині якої існує повна надійність і абсолютна довіра, здатна здійснити набагато більше в порівнянні з групою, яка такими якостями не володіє.

Важлива перевага соціального капіталу – можливість отримання інформації, яка властива соціальним відносинам. Інформація має високе значення для будь-якого виду діяльності, але її отримання вимагає великих витрат. Один із засобів цього – використання соціальних відносин, наприклад, замість читання газети можна поспілкуватися з людьми зі свого оточення, які вже її прочитали, економлячи тим самим свій час [62, с. 128]. Таким чином, соціальний капітал дозволяє знизити витрати на отримання інформації.

Дж. Коулман визначає соціальний капітал через його функцію як «різноманітність сутностей із двома спільними елементами: усі вони складаються з деяких аспектів соціальної структури, а ці аспекти, у свою чергу, сприяють діям акторів (персональним або колективним) у межах цієї структури» [201]. Це, на перший погляд, дещо розмите визначення відкрило шлях для перегляду низки самостійних, часом суперечливих процесів як компонентів соціального капіталу. У свою чергу, Дж. Коулман сам почав із того, що розглянув деякі з механізмів, які породжують соціальний капітал (такі, як взаємодія очікувань і груповий примус), наслідки володіння цим капіталом (такі, як привілейований доступ до інформації) і відповідну соціальну організацію, що забезпечує необхідний контекст для обох його джерел та дій. Ресурси, набуті за допомогою соціального капіталу, виступають як своєрідне заохочення. Тому важливо відрізнити власне ресурси

від здатності їх одержувати завдяки членству в різних соціальних структурах. Дж. Коулман, на відміну від П. Бурд'є, практично не розглядає цієї різниці.

Важливим моментом у розумінні соціального капіталу є з'ясування розбіжностей між поведінкою реципієнтів і донорів у процесах обміну соціальним капіталом. Бажання реципієнтів здобути доступ до соціального капіталу є цілком очевидним, тоді як мотивації донорів неоднозначні й комплексні, оскільки вони, з одного боку, мають соціальний капітал і можуть бути його джерелом, а з іншого – не бажають змінювати свою домінуючу позицію, вступаючи у відносини «реципієнт – донор».

Дж. Коулман використовував поняття соціального капіталу для характеристики соціальних мереж – для позначення взаємодії людей, що спільно виконують роботу і переслідують при цьому загальні групові або організаційні цілі [199]. За Дж. Коулманом, соціальний капітал є продуктом різних асоціацій (родини, громади, профспілок, фірм, державних органів), а його функція полягає в наданні ресурсів групи кожному її члену. Таким чином, соціальний капітал підвищує індивідуальні ресурси людини. Як слушно наголошують Е. Гугнін і В. Чепак, за системного розгляду поняття «соціальний капітал» виникає необхідність аналізу основних його складових, таких як: 1) власники соціального капіталу (ті, хто ставить вимоги); 2) джерела соціального капіталу (ті, хто підкоряється висунутим вимогам); 3) ресурси [35]. У концепції Дж. Коулмана вищезазначені елементи нерідко ототожнюються, що призводить до неточностей у розумінні й застосуванні цього поняття. Незважаючи на це, спроби Дж. Коулмана розглянути й проаналізувати поняття «соціальний капітал» є значним внеском у дослідження проблеми трансформації людського капіталу, зокрема розпізнавання механізмів, за допомогою яких ця трансформація стає можливою.

Дж. Коулман вказував (як і П. Бурд'є) на своєрідність соціального капіталу в порівнянні з іншими формами капіталу. Економічний капітал

перебуває на банківських рахунках, людський капітал утілений у людях, а соціальний капітал являє собою невід’ємний елемент у структурі соціальних відносин. Володіючи соціальним капіталом, людина взаємодіє з іншими людьми, які є безпосередніми джерелами її блага.

Дж. Коулман вважає, що добровільну співпрацю легше підтримувати у тій спільноті, яка має значні накопичення соціального капіталу у вигляді норм взаємності та мережі громадської активності. Соціальний капітал, як і інші види капіталу, є продуктивним. Він дає можливість досягти певної мети, якої не можна досягти за його відсутності. Особливого значення тут набуває інститут довіри. Скажімо, група людей, що виявляють довіру один до одного і доводять, що їм можна довіряти, буде здатна ефективніше працювати, ніж така сама група людей, якій бракує довіри [198, с. 300-321]. Крім того, соціальний капітал, як і будь-який інший капітал, має здатність накопичуватись у процесі його використання – соціальні зв’язки сприяють поширенню довіри. Умовно це можна зобразити схемою: я довіряю вам (тому що) – я довіряю їй, а вона (запевняє, що) довіряє вам.

Тамим чином, виходячи зі складових соціального капіталу, Дж. Коулман доходить висновку, що соціальний капітал – це «ресурси соціальних відносин і мереж відносин, які полегшують дії індивідів завдяки формуванню (взаємної) довіри, визначенню (взаємних) обов’язків та очікувань, формулюванню й запровадженню (соціальних) норм, створенню асоціацій тощо» [198, с. 307].

1.3. Поняття «соціальний капітал» та його екстраполяція на політичну сферу.

Незважаючи на відмінність у вищевикладених трактуваннях сутності соціального капіталу, практично всі дослідники проблематики визнають, що основна роль соціального капіталу полягає у зміцненні довіри між

учасниками контрактів на основі соціальної ідентичності та можливості передбачення дій учасників взаємовідносин на основі норм, які вони поділяють. Утім, багато питань актуалізувалися: чи соціальний капітал є однозначно позитивним явищем? Чи він ґрунтується лише на високій довірі у суспільстві? Чи можлива ситуація, коли наявність соціального капіталу немає нічого спільного з довірою та демократичними цінностями? Прихильники другого трактування наводять як аргумент існування соціального капіталу у формі «блату» у колишньому Радянському Союзі, та клієнти у пострадянських та посткомуністичних суспільствах [118, с. 156-156].

Останнім часом з'являється все більше аргументів того, що соціальна єдність є визначальним чинником економічного процвітання та сталого розвитку суспільства. Соціальний капітал є не просто сумою інститутів, що підтримують суспільство, а скоріше «клеєм», який утримує разом різні його частини. Він складається, перш за все, з горизонтальних зв'язків між людьми і включає соціальні мережі та відповідні норми, які надають вплив на продуктивність і добробут різних співтовариств. Порівняння з клеєм використовує й Світовий банк, у визначенні соціального капіталу якого робиться акцент на тому, що соціальний капітал дозволяє мобілізувати додаткові ресурси відносин на основі довіри людей один до одного. Однак самі по собі ці зв'язки не є соціальним капіталом – ним вони стають тільки за доцільного використання. Соціальний капітал відноситься до інститутів, стосунків і норм, які визначають якість і кількість соціальних взаємин у суспільстві; вони формують, якісно та кількісно, соціальні взаємодії у спільноті.

Шведський дослідник Я. Торел [118; 233] запропонував структурну модель соціального капіталу та політичної участі (див. рис. 2).

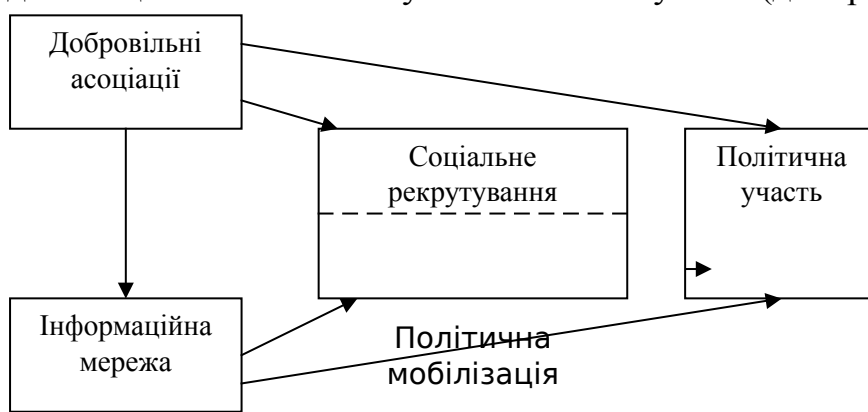


Рис. 2. Структурна модель соціального капіталу та політичної участі [118, с. 151].

Ю. Савко [118] звертає увагу, що, ураховуючи аспект політичного виміру соціального капіталу, дослідники (Г. Алмонд, С. Верба, Р. Інглхарт, Р. Патнам та ін.) вказують на взаємозв'язок цієї категорії з політичною культурою, тобто основним чинником пояснення демократії [188; 239]. Йдеться про те, що соціальний капітал є запорукою формування демократичної політичної культури, а відтак і демократичної політичної практики. Д. Стол трактує категорію «соціальний капітал» як таку, що може бути використана у вивченні політичної культури: «В соціальних науках концепція соціального капіталу привертає увагу академічних дослідників (і справедливо), оскільки ця концепція дасть змогу використовувати певні аспекти політичної культури як пояснювальні характеристики у крос-національному вимірі» [232].

Аргументами щодо «політичності» категорії «соціальний капітал» можуть бути назви кількох праць, зокрема «Соціальний капітал і політика» Р. Джекмена та Р. Міллера, «Соціальний капітал і політична участь» Г. Мілнера, «Політичні цінності, соціальний капітал і політична участь» Дж. Келнера, «Соціальний капітал в регіонах і залучення до політики на локальному рівні» П. Деккера та інші.

В. Лукін і Т. Мусієнко аргументують, що соціальний капітал є чинником суспільної та політичної консолідації, а політичну довіру (довіру до інститутів державної влади як основи її легітимності) вважають основним

фактором розвитку політичного процесу як на внутрішньонаціональному, так і на міжнародному щаблях [83].

У політичній науці пріоритетною є проблематика, пов'язана з вивченням соціополітичних і політико-психологічних аспектів колективної дії, політичних аспектів управління процесами демократизації та розвитку демократії [83]. Якщо проаналізувати доробки світового політичного аналізу соціального капіталу, то чітко бачимо, що основний акцент робиться на аналізі саме довіри як основного джерела формування так званої культури довіри у громадянському суспільстві; її (культуру довіри, а вужче – культуру політичної довіри) можна вважати однією з передумов громадської та політичної консолідації. Виправданим є вивчення політичною наукою соціального капіталу з позицій аналізу довіри як культурної цінності, котра визначає загальні політичні орієнтації громадянина. На нашу думку, політичну довіру можна розглядати як складову компоненту соціального капіталу. Як слушно зауважують В. Лукін і Т. Мусієнко, джерела політичної недовіри вбачаються в авторитарності політичних культур, механізмах соціалізації, які здійснюють трансмісію авторитарних цінностей від покоління до покоління [83]. Звідси можна робити висновок про довготривалість формування рівня культури політичної довіри у транзитивних спільнотах, які проходять складний шлях до легітимності влади у своїх державах.

У політичній науці концепція соціального капіталу орієнтується на вивчення культурних чинників громадянської участі, механізмів функціонування мереж громадянського суспільства. Сьогодні особливої значущості набуває проектування політичною наукою таких підходів, які спрямовані на зміцнення соціального капіталу як чинника політичної та громадської консолідації.

Екстраполяцію соціального капіталу на політичну сферу можна проілюструвати схемою Г. Блумквіста [118; 192] (див. рис. 3) :

Незалежні чинники Посередницькі чинники Залежні чинники

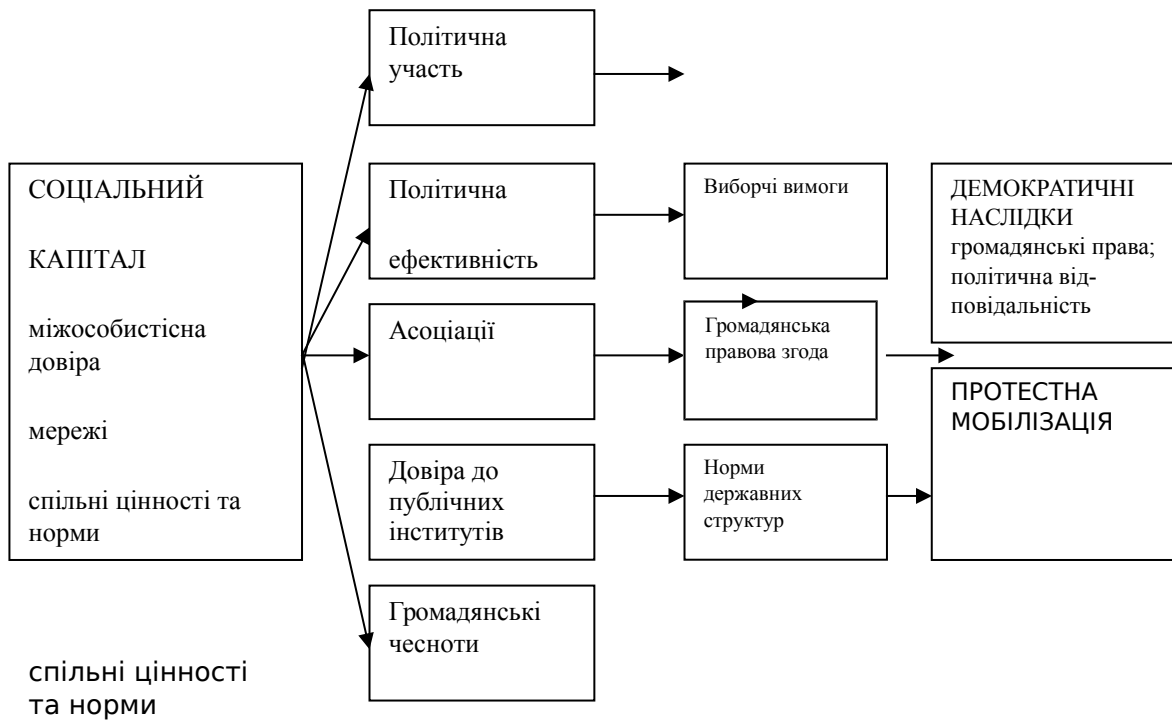


Рис. 3. Соціальний капітал і його виявлення у політичній сфері [Цит. за : 118, с. 155]

Можна виділити три форми соціального капіталу :

1) структурний капітал – соціальні мережі, їхня форма та відповідні організації. Він пов’язаний із низкою соціальних чинників – соціальними ролями, процедурами, прецедентами та мережами, які полегшують взаємокорисну співпрацю. Ця форма соціального капіталу досить об’єктивна та легко ідентифікується;

2) когнітивний капітал – спільні коди, мова та способи розповіді. Він проявляється в посиленіх культурою або ідеологією ідей, специфічних нормах, цінностях, поглядах, переконаннях, що сприяють співпраці. Тому така форма соціального капіталу більш є суб’єктивною і важче вимірюваною [195];

3) взаємопов’язуючий капітал [219] – довіра, норми, зобов’язання та ідентифікація. До взаємопов’язуючого соціального капіталу Дж. Нахапет і С. Гошал відносять вербальний прояв елементів соціального капіталу, які не

мають матеріального вираження.

Згадані три форми соціального капіталу можуть існувати самостійно або доповнювати одна одну.

Деякі теоретики демократії вважають, що мережа асоціацій і організацій, що становлять основу громадянського суспільства, має таке саме значення для демократії, як вкладення капіталу в економіку. Громадяни, здобуваючи соціальний капітал за рахунок участі в організаціях громадянського суспільства, надалі можуть використовувати його для зміцнення демократичних принципів в управлінні державою. Соціальний капітал передбачає існування інститутів, відносин і норм, що визначають якість і кількість соціальних взаємодій у суспільстві та сприяють стійкому розвитку країни. Долаючи класові, гендерні, етнічні та релігійні бар'єри, соціальний капітал сприяє кооперації зусиль громадян задля досягнення певних політичних, економічних, соціальних та культурних інтересів. Дієздатність будь-якої громади залежить від її соціального капіталу. Соціальний капітал може існувати не лише на рівні окремої громади, а й на рівні суспільства, держави в цілому (макрорівень), він розглядається як колективне благо, а не індивідуальна власність, як соціо-культурний феномен – культура довіри та толерантності, в якій формуються далекосяжні мережі добровільних асоціацій [74, с. 59-60].

Дослідження соціального капіталу на Заході ґрунтуються зазвичай на аналізі таких показників, як соціальна довіра, членство громадян у різних добровільних об'єднаннях, організаціях, профспілках, спільнотах, щільність соціальних мереж. При аналізі цих компонентів словенські дослідники Ф. Адам і Д. Подменік відзначають, що країни Європи можна умовно розділити на три категорії – країни з високим рівнем довіри, середнім і низьким. У першій категорії країн (high-trust society) – Швеція, Фінляндія, Норвегія та Нідерланди, у другій (medium-trust society) – Швейцарія, Німеччина, Бельгія, Австрія, Іспанія, Ісландія, Ірландія, Білорусь, решта

країн – Франція, Іспанія, Італія, а також практично всі держави колишнього соціалістичного табору (крім Білорусі), відносяться до категорії країн із низьким рівнем довіри та дефіцитом соціального капіталу (low-trust society) [1].

А. Бова [11] та О. Кіреєва [54] звертають увагу, що соціальний капітал може бути як позитивним для суспільства, так і негативним. Позитивними є взаємини між людьми, що ведуть до кооперування з метою надання взаємодопомоги чи боротьби з негативними соціально-політичними явищами. Позитивний соціальний капітал значимий для життя суспільства, адже завдяки йому піднімається рівень кооперації, координованості дій, співробітництва, підвищуються політична активність і громадянська свідомість, знижуються витрати, пов'язані з веденням бізнесу. Прикладами негативної кооперації є протиправні угруповання, екстремістські й терористичні організації. Функціонування подібних організацій, корупція та терор зменшують ступінь довіри в суспільстві. Діяльність злочинних угруповань на локальному та міжрегіональному рівнях у будь-якій країні гальмує розвиток економіки і не сприяє зростанню рівня демократії.

У науковій літературі ведуться дискусії про структуру соціального капіталу. Більшість дослідників виділяють чотири елементи соціального капіталу – соціальні мережі, загальні норми, цінності та довіру. Інші [211] виділяють три елементи, на основі яких формується соціальний капітал, – соціальні мережі, загальні норми та переконання, а також два обов'язкових для формування соціального капіталу чинники – довіру та правила (на мезо– та макrorівнях). Довіра є третім елементом, без якого неможливий соціальний капітал. Отже, структуру соціального капіталу, що включає в себе соціальні мережі плюс загальні норми та переконання плюс довіра) можна представити у вигляді трикутника, в вершинах якого розташані три рівні аналізу: 1) мікрорівень – правила взаємодії індивідів; 2) мезорівень – правила компанії (організації); 3) макrorівень – правила державних органів

управління.

Отже, соціальний капітал (у сфері політики) можна визначити як рівень кооперації, спрямований на досягнення загальнозначимих політичних цілей, чисельність організацій взаємодопомоги, щільність (насиченість зв'язків) неформальної мережі, ступінь довіри до інших людей, різних інституцій. У соціальному капіталі знаходять свій вираз норми та цінності соціальних груп, які дають змогу їхнім учасникам діяти ефективніше, переслідуючи власні цілі. Такі групи можуть бути формальними (фірма, профспілка) і неформальними (родичі, друзі, сусіди); відповідно соціальний капітал поділяється на формальний та неформальний [11].

Соціальний капітал виміряється на основі фіксації контактів людини з іншими людьми в політичній (відповідно до вектора нашого дослідження) сфері життєдіяльності : обговорення повідомлень засобів масової інформації в компанії, ступінь участі в політичних процесах, членство в асоціаціях і соціальних фондах і под. Неформальний капітал виміряється через контакти в рамках сімейного домогосподарства, спілкування з родиною (безвідносно до ведення господарства), взаємодії з друзями і сусідами. У свою чергу, формальний тип капіталу визначається через взаємодію людей у різних громадянських, державних та інших асоціаціях.

Соціальний капітал важко формалізувати та звести до індикаторів. Як правило, його показники зводяться до здатності громадян створювати об'єднання, рівня довіри один до одного та до інституцій і норм, якості соціальних зв'язків у суспільстві. В. Слагін наголошує, що якщо фізичний капітал можна відчувати, позаяк він уречевлений, людський капітал не такий явний, оскільки він втілюється в навичках і знаннях, то соціальний капітал ще менш відчутний через те, що він втілюється у взаємовідносинах [44]. На нашу думку, соціальний капітал (який можна назвати громадським капіталом) й включає в себе багато параметрів – від фізичного здоров'я людини до якості соціальних зв'язків, якості життя. Усе, що перетворює окремих індивідів в

суспільство, соціум, – це і є соціальний капітал. Ю. Савко звертає увагу, що соціальний капітал є передумовою протестної політики у разі незадоволення діями політиків і функціонування політичних інститутів [118, с. 157].

Соціальний капітал визначається такими властивостями, як здатність до обміну даного ресурсу на різні блага (ліквідність) і конвертація. Відмінність його від інших нематеріальних форм полягає в тому, що він «розташовується» в структурі зв'язків між акторами й є характеристикою взаємин. Соціальний капітал безпосередньо впливає на функціонування демократичних інститутів і є одним із основних показників розвитку громадянського суспільства.

Таким чином, теорії соціального капіталу є сучасним інструментарієм вивчення суспільно-політичних процесів. Незважаючи на деяку термінологічну нечіткість, сам концепт соціального капіталу відкриває перед дослідниками вагомі наукові перспективи. Соціальний капітал як підхід знаходиться на стадії кристалізації методологічної основи. Складаючись із різних наукових напрямків, теорії соціального капіталу дозволяють проаналізувати форми і наслідки соціальних відносин, довіру до органів влади та до неполітичних інститутів, соціальні мережі та якість життя. При цьому, теоретики соціального капіталу пропонують різні ракурси аналізу впливу соціального капіталу на суспільний розвиток.

Висновки до розділу I.

Проналізувавши основні існуючі теорії соціального капіталу, ми розглядаємо їх як сучасний інструментарій вивчення суспільно-політичних процесів. Концепт соціального капіталу перебуває на етапі конструювання, пошуку власного методологічного інструментарію. Саме завдяки теорії, на

нашу думку, уможлиблюється ефективний аналіз довіри до органів влади та до неполітичних інститутів, соціальних мережі, якості життя тощо.

Концепція соціального капіталу демонструє багатогранне трактування, однак має багато спільного в інтерпретації різними авторами. Так, П. Бурд'є робить акцент на певних корисних ресурсах, доступних людям через їхні соціальні зв'язки, і розглядає сім'ю серед перших джерел формування соціального капіталу. Дж. Коулман підкреслює роль інформаційних каналів у формуванні та підтримці соціального капіталу, а також тісний взаємозв'язок соціального капіталу та капіталу людського (освіта та виховання), а особливо наголошує на ролі останніх у формуванні соціального капіталу. Ф. Фукуяма особливу роль відводить довірі як фундаментальної складової соціального капіталу, фактично зрівнює соціальний капітал і довіру. Ф. Фукуяма та Р. Патнам акцентують увагу на ціннісно-нормативному та комунікативному аспектах соціального капіталу, який включає в себе цінності та норми, завдяки яким стають можливими колективні дії у групах людей.

Проведений теоретико-методологічний аналіз концепту соціальний капітал дозволив зробити такі висновки :

- концепт «соціальний капітал» є міждисциплінарною категорією, яка використовується сьогодні у кількох науках (політології, соціології, економіці, праві, етиці та ін.);

- соціальний капітал становить певний вид ресурсу, доступний індивідуальному чи колективному актору (суб'єктові); це певний потенціал взаємної довіри та взаємодопомоги, що виникає та підтримується в міжособистісних стосунках, що є певною системою;

- елементами структури соціального капіталу є соціальні мережі, зобов'язання, очікування та надійність структури, інформаційні канали, соціальні норми й ефективні санкції за їх порушення, соціальна довіра. Соціальний капітал проявляється саме в системі соціальних зв'язків між акторами (ними є як індивіди, так і організації, так звані «корпоративні

актори»). У поняття соціального капіталу включають усі відомі форми організацій, формальні і неформальні відносини між людьми (особисті, сімейні, суспільні, засновані на традиціях чи такі, що регулюються законом).

- соціальний капітал може бути високим лише в суспільстві з розвиненими громадянськими інститутами, які здатні забезпечити високий рівень соціального капіталу;

- соціальний капітал (у сфері політики) можна визначити як рівень кооперації, спрямований на досягнення загальнозначимих політичних цілей, чисельність організацій взаємодопомоги, щільність (насиченість зв'язків) неформальної мережі, ступінь довіри до інших людей, різних інституцій; соціальний капітал є об'єднувальним елементом, який скріплює суспільство в єдину систему;

- соціальний капітал у сучасному глобалізованому суспільстві є дієвим механізмом, володіє значним позитивним потенціалом для формування життєвих цінностей населення.

РОЗДІЛ 2

ПОЛІТИЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

2.1. Політичний механізм формування соціального капіталу : зміст і складові.

Термін «механізм» (грец. *mechane* – машина) є загальнонауковим. Тлумачні словники розглядають поняття «механізм» як «внутрішню будову, систему чого-небудь» [28, с. 523]. Механізм (принцип) у переносному значенні – система функціонування будь-чого, сукупність проміжних станів або процесів будь-яких явищ; прикладом тут може виступати власне політичний механізм, а також механізм державного управління, господарсько-політичний механізм, механізм правового регулювання тощо.

Поняття «механізм» запозичене політичною наукою з природничих дисциплін, розглядається як система тіл, призначена для перетворення руху одного або кількох тіл у необхідні рухи інших тіл. Із позиції технічних наук, механізм становить основу більшості приладів, апаратів і технічних пристроїв; тверде тіло, що входить до складу механізму (ланка), може складатися з однієї або кількох нерухомо з'єднаних деталей (окремо виготовлених частин). Відповідно до принципу аналогії, поняття механізм набуло поширення у політичних науках.

Проблемне поле аналізу понять «механізм» («політичний механізм») може бути сегментоване на такі послідовні складові (частини) : 1) семантичний та функціональний аналіз загальнонаукового поняття «механізм» та його значення в понятійно-категоріальному апараті суспільствознавчих наук; 2) окреслення кола явищ, для яких поняття «механізм» є пояснювальною моделлю; 3) вирізнення із вищезгаданого загального кола явищ його частини – політичних явищ, щодо яких поняття «механізм» слугує евристичним концептом; 4) формулювання видового (щодо

поняття «механізм») поняття «політичний механізм» для аналізу політичних явищ. Такий опис проблемного поля пропонується за аналогією із розробленою Т. Альбердою сегментацією поля аналізу категорії «правовий механізм» [5, с. 64].

Заслуговує уваги виділення ознак механізму О. Радченком : є продуктом організованої діяльності; має мету або функцію; містить послідовність дій, певний вид руху; передбачає переважно однобічний вплив із чітко визначеним вектором впливу; має суб'єкт і об'єкт; характеризується жорстким взаємозв'язком, усталеністю процесу, правил взаємодії; його функціонування в ідеалі націлене на автоматизм; його побудова має структурно-функціональний характер; має ознаки відкритої або закритої системи [112, с. 64-65].

Щодо будь-якого виду діяльності термін «механізм» означає організовану послідовність взаємопов'язаних і цілеспрямованих дій, здійснюваних у певному порядку визначеними суб'єктами. Але на відміну від техніки, соціальні механізми – не стільки фізичне явище, скільки сукупність прав та обов'язків, визначених ними зміст і характер діяльності індивідів і груп.

Поняття «механізм» як концепт має широке поле застосування і, набувши наукового статусу, стало практично незамінним як модель пояснення (функціонування) цілої низки явищ. Воно укріпилося в понятійно-категоріальному апараті низки наук – від математичної логіки до соціальної антропології. Проникло це поняття також і в політологічний дискурс, але детальний дескриптивний аналіз інтеграції поняття «механізм» у політичну науку з подальшим перетворенням на евристичний концепт «політичний механізм» є в сучасній вітчизняній науці значною теоретичною прогалиною. Помітним є факт, що західна суспільствознавча (в тому числі й політична) наука тримається дещо осторонь запровадження в активний науковий обіг «технічного» поняття «механізм».

Поняття «механізм» і «механізми» у тих чи інших варіаціях широко застосовуються багатьма суспільствознавчими науками. Започаткування практики з'ясування якихось соціальних явищ і процесів через категорію «механізм» завдячує науковим галузям економічного профілю (категорія «господарський механізм»). Теоретики держави та права традиційно оперують категорією «механізм держави», якою охоплюють сукупність органів державної влади. Дослідники проблем державного управління аналізують категорію «державний механізм управління», зокрема В. Малиновський визначає механізми державного управління як «сукупність засобів організації управлінських процесів та способів впливу на розвиток керованих об'єктів, що базуються на принципах наукової обґрунтованості, об'єктивності, цілісності, узгодженості з використанням відповідних методів управління, спрямованих на реалізацію цілей державного управління» [86, с. 103].

Поняття «політичний механізм» є адекватним дослідницьким інструментом, котрий дозволяє розглянути процеси досягнення конкретних політичних цілей, не виходячи за рамки теорії політичних систем. Поняття «політичний механізм» порівняно недавно з'явилося в політологічній лексиці, проте цей термін має значний пізнавальний потенціал і широкі можливості для якісного політологічного аналізу. У той же час багато авторів, що використовують поняття «політичний механізм» у своїх дослідженнях, трактують його вельми вільно, часом некоректно. У наукових виданнях, а тим більше в публіцистиці допускається змішування понять «метод», «механізм», «технологія», що суперечить науковому осмисленню політичної практики.

Найчастіше термін «політичні механізми» трактується гранично широко щодо різних видів політичної діяльності, що дозволяє вкладати різний зміст у це поняття. У зв'язку з цим розгляд поняття «політичні механізми формування соціального капіталу» передбачає потребу уточнення змісту першого терміну – «політичний механізм».

Дослідники вкладають у це поняття кілька значень. Так, М. Корнєв, визначаючи «політичний механізм», вказує, що : 1) він є засобом реалізації державної політики та конкретних завдань державного управління; 2) зміст і характер політичних механізмів визначається політичним режимом конкретної країни, оскільки в ньому втілюються всі засоби і методи здійснення політичної влади [61].

Політичний механізм можна розглядати з позиції діяльнісного підходу. Погоджуємося з А. Мріщук, яка визначає його як сукупність різних видів діяльності політичних суб'єктів, а також способів їх взаємовідносин, формальних і неформальних правил і процедур, гарантованих міжнародним і національним правом. Відповідно, визначальним для формування політичних механізмів незалежно від сфери їх реалізації є конкретні політичні цілі [94].

Заслуговує на увагу формулювання політичного механізму, запропоноване Н. Любкіною, котра також виходить із діяльнісного підходу : політичний механізм – упорядкована діяльність, за допомогою якої досягається поставлена мета; будь-які політичні механізми – інструмент досягнення політичних цілей; вони є внутрішньо взаємопов'язаною сукупністю компонентів системи, що виражає єдність політичних і правових норм, інститутів, порядку і правил діяльності, спрямованої на досягнення поставлених політичних цілей в сучасній суспільно-політичній практиці. До функцій політичного механізму Н. Любкіна відносить функції правового, структурного та ціннісного регулювання, а також класичні функції менеджменту. Зокрема : 1) правове регулювання означає здатність держави здійснювати свою діяльність на основі права та передбачає розробку і прийняття нормативно-правових актів, коригування чинного законодавства, законодавче закріплення або заборона природно сформованих порядків; 2) структурне регулювання означає здатність вирішувати поставлені політичні цілі за допомогою створення та введення нових, закріплення (або заборони) існуючих організаційних структур, соціальних інститутів,

спеціальних організацій; 3) ціннісне регулювання, виконуване політичним механізмом, полягає в цілеспрямованій зміні соціальних цінностей, включаючи норми поведінки соціуму [85, с. 14].

Отже, політичний механізм можна визначити як :

– сукупність засобів реалізації державної політики, конкретних завдань державного управління, сукупність певних управлінських процедур, прийомів, об'єднаних на основі дотримання принципів, серед яких визначальними, такими, що формують їхній характер, є відповідальність, легітимність, законність, гласність, відкритість, науковість та ін. [61];

– сукупність видів діяльності суб'єктів, гарантованих законом і включених у динаміку практично-політичних відносин, які охоплюють усі стадії розвитку та функціонування політичної системи [174];

– практику реалізації управлінських процедур : розробку, прийняття та реалізацію рішень; регулювання політичних криз і конфліктів; аналіз та оцінка результатів і наслідків прийнятих рішень [109].

Звернемо увагу на специфіку політичного механізму, з'ясовану дослідницею А. Козловою. Вона вбачає її в тому, що політичний механізм опирається на державну владу (або орієнтується на її нейтралізацію), яка передбачає відносини панування та підпорядкування між взаємодіючими акторами, і в основі якої лежать примус і право, котрі освячують легітимне насилля [58, с. 28].

Система політичних механізмів, як слушно зауважує Л. Приходченко, попри відносну самостійність, є гнучким інструментом регулювання загальнодержавних, регіональних, приватних та особистих інтересів через певні структури органів публічної влади, корпоративні органи забезпечення їх реалізації в межах законів та відповідно до своїх функцій [109].

На думку дисертанта, політичний механізм – це система дій політичних інститутів і організацій, яка призначена для перетворення властивостей, характеристик, інших параметрів суспільного (соціального, економічного і

власне політичного) розвитку в необхідному напрямку. Структурно політичний механізм має вхідну ланку (політичні організації та інститути, що одержують установку на напрямок розвитку) та вихідну ланку (політичні організації та інститути, поєднані з громадськими організаціями та інститутами, що забезпечують перетворення властивостей, характеристик, інших параметрів суспільного розвитку в необхідному напрямку. Організація зворотного зв'язку є невід'ємною частиною політичного механізму.

Будь-який механізм виробляє процес змін об'єкта. Це значить, що його дія не обмежується якимось одним моментом, а продовжується досить тривалий час, і в цьому проміжку може бути розбита на частини, відповідні частинам вихідного процесу. Отже, дія механізму може бути представлена як процес.

Структура політичного механізму обумовлюється: 1) політичною волею керівництва країни або політичними вимогами суб'єктів політичної діяльності; 2) сукупністю правових норм, що регулюють певні види діяльності політичних суб'єктів і визначають правовий статус державних органів; 3) сформованими взаєминами суб'єктів політичного процесу під час досягнення поставлених політичних завдань; 4) характером політичних цілей, який впливає на змістовну сторону політичного механізму.

Політичні механізми у широкому значенні можна визначити як засіб досягнення політичних цілей. Також їх можна розглядати як сукупність різних видів діяльності політичних суб'єктів, а також способів їх взаємовідносин, формальних і неформальних правил та процедур, гарантованих міжнародним і національним правом, які реалізуються відповідно до визначених політичних цілей.

Множинність політичних механізмів визначається: 1) різноманітністю політичних акторів, які мають власні цілі, засоби та способи їх досягнення (механізм державного управління, механізм партійного впливу, механізм громадського контролю і под.); 2) багатьма напрямками діяльності цих

акторів, по кожному з яких (напрямків) може бути затребуваний особливий механізм (механізм виборів, фінансовий механізм, переговорний механізм і под.).

При характеристиці явища або процесу механізму необхідно врахувати: 1) складність його структурної будови; 2) системність, узгодженість організації його елементів; 3) здатність до динаміки, визначеної цілеспрямованої діяльності; 4) його обумовленість до самоуправління або зовнішнього управління [184, с. 13]. На нашу думку, без застосування категорії «механізм» дескриптивний опис низки політико-правових явищ є неповним чи узагалі неможливим.

Розглянувши зміст категорії «політичний механізм», доцільно перейти до аналізу безпосередньо політичного механізму соціального капіталу. Потреба такого аналізу зумовлена тим, що, на думку автора роботи, розвиток усієї соціальної системи безпосередньо пов'язаний із рівнем та якістю соціального капіталу.

Поняття «політичний механізм формування соціального капіталу» у вітчизняній політичній науці відсутнє. Певним кроком до формування такого концепта є підхід вітчизняної дослідниці проблематики державного управління О. Сидорчук, яка виділяє концепт «державний механізм формування соціального капіталу». Під ним дослідниця розуміє штучно створену складну систему, призначену для досягнення поставлених цілей щодо генерування складових соціального капіталу, яка має визначену структуру, сукупність правових норм, методи, засоби, інструменти державного впливу на об'єкт управління [128, с. 8]. Звернемо увагу, що О. Сидорчук уперше у вітчизняній науці було запропоновано узагальнену модель державного механізму формування соціального капіталу і окреслено його головні елементи (методи; важелі; інструменти; правове, нормативне та інформаційне забезпечення, політика).

Нині відсутні науково обґрунтовані відповіді щодо питання нагромадження «соціального капіталу»: чи це процес природний і багатовіковий (пов'язаний із традиціями, ментальністю) або ж може бути прискорено сформованим? На нашу думку, процес накопичення соціального капіталу надзвичайно тривалий і трудомісткий. Як і фінансовий капітал, соціальний капітал швидше наростає там, де він вже є. Там же, де його немає, він накопичується або дуже повільно або зовсім не зростає. Розгубити ж його можна відносно швидко. Від фінансового капіталу соціальний відрізняється в одному суттєво – його не можна позичити, він не виникає миттєвою передачею. Його цілеспрямоване формування і нарощування в просторі міжособових, міжгрупових зв'язків і стосунків дає змогу знайти шлях до гармонізації політичних, соціальних, економічних інтересів, покращити можливості їх раціонального вираження на державному рівні. Наявність соціального капіталу безпосередньо впливає на досягнення стабільності в суспільстві та сприяє демократичному розвитку, а його відсутність, роз'єднаність гальмує розвиток громадянського суспільства. Нестача соціального капіталу порушує соціально схвалювані зв'язки між групами населення, ускладнює взаємодію та кооперацію між ними, скорочує легальні економічні можливості та соціальні ресурси і відкриває шлях до асоціальної поведінки, тому вагомим чинником асоціальних явищ в Україні (поряд із іншими соціально-економічними чинниками) є дефіцит соціального капіталу [72, с. 142]. Дослідження способів його накопичення, методів стимулювання виокремлюється, з огляду на вище сказане, у важливе дослідницьке завдання вітчизняної політичної науки.

У соціальному капіталі є три найважливіші компоненти: соціальні відносини як такі, завдяки яким індивіди можуть мати доступ до ресурсів своїх партнерів у спілкуванні; обсяг і якість доступних ресурсів партнера спілкування; відносини взаємності обміну.

Соціальний капітал має особливу природу, інші закони та закономірності розвитку; він формується на основі жертвності громадян; він зростає залежно від того, наскільки його витрачають. Отримані надбання перебувають у власності всього суспільства; його може використати не лише той, хто напрацьовує його за рахунок власного часу, енергії, здібностей і талантів, а також будь-який інший громадянин, який активно включився в процес його виробництва. Людина накопичує соціальний капітал у спільній творчій діяльності з іншими людьми все своє життя, передає його іншим людям в різних формах. У вигляді мудрості життя, матеріалізованих результатів праці, що слугують прикладом для здійснення соціально значущих вчинків. Якщо індивідуальний соціальний капітал людини не став цінністю для інших людей, не отримав визнання і попиту в суспільстві, то він і не є таким. Із моменту громадського визнання індивідуальний соціальний капітал починає свій істинний рух у суспільстві, отримуючи можливість стрімкого розвитку та зростання.

На нашу думку, політичні механізми формування соціального капіталу – це конструйована суб'єктами політики система, призначена для генерування соціального капіталу, яка має визначену структуру, сукупність правових норм, методи, засоби, інструменти державного та позадержавного впливу на суб'єктів та об'єкти політики. Можна виділити три напрямки формування соціального капіталу : ріст (індивідів); зв'язки (между членами одного співтовариства чи групи інтересів); встановлення зовнішніх контактів (із іншими співтовариствами чи групами інтересів).

Механізми формування соціального капіталу можна розділити на механізми формування та закріплення соціальних норм, включаючи і норми соціальної взаємодії; механізми формування соціальної довіри. Україна є у пошуку як механізмів першої групи, так і другої. Зокрема, постають проблеми : 1) пошуку нових форм взаємодії органів державної влади та інститутів місцевого самоврядування з громадянським суспільством;

2) налагодження системи інформування населення про діяльність влади, намагання забезпечити сталий зворотній зв'язок між інститутами влади та громадянами у рамках формування культури державно-громадського управління [64]; 3) можливості використовувати механізмів та інструментарію електронної демократії на центральному і місцевому рівнях державного управління [9]; 4) запровадження механізмів громадської експертизи [70]; 5) впровадження інших сучасних діалогових форм політичної комунікації (на їх значимості наголошує О. Крутій [65]).

Систематична взаємодія громадських організацій із органами державного управління та інститутами місцевого самоврядування утворює постійну й різнобічну комунікацію між владою та громадянами, забезпечує такий дефіцитний в умовах нашої країни сталий зворотній зв'язок, а через його – налагоджені канали й отримання управлінцями своєчасних реакцій суспільства на дії або бездіяльність влади, що становить важливий стимул її вдосконалення [64]. Проте нині відсутня дієва система залучення громадян до розробки управлінських рішень. Традиційні форми взаємодії (відділи по роботі із зверненнями громадян) втрачають свою актуальність, а більш сучасні форми, такі, як реалізація громадянами своїх прав щодо управління територією через участь у діяльності громадських рад при органах виконавчої влади та місцевого самоврядування, не мають достатньої підтримки [65]. Найзручнішою для громадян формою впливу на місцевий розвиток залишається участь у виборах місцевих рад, у той час як у європейських країнах запорукою успішного розвитку виступає активний соціальний діалог влади з населенням у різних його формах.

Однією з форм такого діалогу є створення громадських рад при органах виконавчої влади. Це звична практика країн, що сповідують демократичні принципи управління, наприклад, у Данії поширена практика призначення членів консультативних органів [9, с. 248]. В Естонії діє Єдина комісія Уряду та представників об'єднань громадян, завданнями якої є виконання програми

діяльності з реалізації Концепції розвитку громадянського суспільства [9, с. 249]. У ЄС практика консультування з громадськістю (у т. ч. і з бізнес-середовищем) у процесі прийняття рішень стала обов'язковою умовою для органів Союзу одразу після прийняття Амстердамської угоди (1997): проведення широких консультацій і публікації проектів документів для їх обговорення зацікавленими сторонами до їх прийняття. Окремі кроки були зроблені й в Україні, проте потребує оцінки ефективність їх впровадження. Так, Постановою Кабінету Міністрів України від 03.11.2010 р. № 996 було затверджено «Порядок проведення консультацій з громадськістю з питань формування та реалізації державної політики».

Партнерство держави та громадських рухів слугує не лише зміцненню існуючого громадянського суспільства, а накопиченню соціального капіталу та подальшому його розширенню. Розвиток соціального капіталу через активізацію участі населення в суспільному житті є важливою частиною концепції громадянського суспільства. Один із найважливіших аспектів соціального капіталу полягає в здатності до створення об'єднань і до взаємодії [12]. Ця здатність зумовлена культурною специфікою, ступенем довіри. Взаємодія держави та громадянського суспільства є максимально продуктивною, коли держава та громадянське суспільство зрілі, а громадяни – соціально активні. Можна погодитися із міркуваннями М. Бондаренка [12], що це є пріоритетними завданнями, на досягнення яких мають бути спрямовані всі основні ресурси країни.

Розвитку соціального капіталу сприяє розвиток е-врядування, яке покращує демократичність врядування через інтерактивну (більш відкриту й учасницьку форму) взаємодію з іншими суспільними акторами : діяльність в он-лайн покращує доступ громадян до урядової інформації, послуг і порад для забезпечення участі громадян і задоволення процесом урядування. Наприклад, урядовий портал Сінгапура не тільки надає інформацію про державні органи, але й дозволяє зробити деякі дії, для яких раніше населення

було змушене відвідувати державні установи. Е-врядування стало синонімом сучасної інноваційної держави, центральними елементами якої виступають якість, довіра і швидкість. Методи е-врядування трансформували уряди, зробивши їх більш доступними для своїх громадян, більш підзвітними, ефективними й прозорими. Застосовані належним чином механізми е-врядування здатні зцементувати стосунки між урядом і громадянами, а відтак допоможуть урядам завоювати суспільну довіру шляхом проведення політичного курсу, сформованого під впливом громадської участі. Тому уряди всього світу активно сприяють впровадженню методів е-врядування у всі сфери взаємодії зі своїми громадянами. Наріжним каменем у цих зусиллях виступає надання інформації широкій громадськості. Одним із аспектів е-врядування є залучення громадян до прийняття важливих стратегічних рішень із питань державного та регіонального розвитку шляхом референдуму, обговорення рішень міської ради, парламенту за посередництвом форумів, блогів і чатів [90].

Зростанню соціального капіталу, на нашу думку, сприятиме переформатування громадянина в е-громадянина, попри усю складність такого процесу з огляду на ще недостатню комп'ютеризацію суспільства в цілому та (порівняно з розвинутими країнами) низький відсоток користувачів Інтернету. Кількість Інтернет-користувачів стрімко зростає. Якщо наприкінці 2012 року (коли ми вперше звернулися до вивчення цього аспекта) за статистичними даними Інтернет-асоціації України в Україні нараховувалося майже 19,7 млн осіб віком старше 15 років, що використовують Мережу регулярно, то далі ми покажемо інші показники – зростання. У компанії «In Mind Factum group» підраховали, що наприкінці 2012 року рівень проникнення Інтернету на території України становив майже 44 %. Проблеми: регіональний розподіл кількості Інтернет-користувачів дуже нерівномірний; 52 % Інтернет-користувачів – жителі міст із кількістю населення понад 100 тис. осіб, у той час як у селах – 19 % [113], проте

кількість українських селян-користувачів мережі нестримно зростає. Станом на середину 2015 року загальна Інтернет-аудиторія на всій території України (без урахування Криму) зросла до 59 % і складає 21,8 млн користувачів (порівняємо : у 2014 р. – 18,8 млн); ці дані є результатами дослідження, проведеного компанією Factum Group Ukraine) [52]. Утім, уже у найближчому майбутньому (прогнозується на кінець 2015 р.), буде реалізований проект «Аутернет» – «повністю безкоштовного бездротового сигналу Wi-Fi, який стане доступним будь-якому жителю нашої планети» [53]. Це (за умови доступності відповідного програмного та технічного забезпечення, електроенергії) дозволить мінімізувати цифровий розрив (диференціацію різних держав чи навіть цілих регіонів світу за можливістю користуватися новітніми інформаційними технологіями), який напряду корелюється з рівнем соціального капіталу у різних країнах. Зауважимо : на нашу думку, доречно говорити не лише про кількісні, а й про якісні характеристики, адже важливий не сам вихід у Мережу, а її використання з певною соціально-корисною метою; уже сьогодні треба гостро ставити питання про Інтернет-культуру (кіберкультуру користувачів Мережі) та роль електронної комунікацій у накопиченні соціального капіталу (як приватного, так і колективного).

З огляду на тенденцію кількісного розростання мережі Інтернет Україною, можна прогнозувати формування національного е-громадянина, який активно реалізовуватиме свої права та виконуватиме обов'язки саме за допомогою використання інформаційних технологій (е-вибори, е-консультації, е-нормотворення та інші техніки е-участі). Проте, досягнення такого завдання потребує розробки методики стимулювання використання можливостей Інтернету саме для громадських ініціатив, дебатів, публічних обговорень, тобто усього, що формує соціальний капітал, а не виключно перегляду фільмів чи приватного спілкування у соціальних мережах.

Е-громадяни, як активні Інтернет-користувачі, для реалізації своїх прав і виконання деяких обов'язків можуть активно використовувати такий інструмент сучасної демократії та новий засіб політичної комунікації як блог – веб-сайту з регулярним оновленням записів, зображень, використання мультимедіа. Їх значимість для зростання саме соціального капіталу у тому, що блоги зазвичай публічні та передбачають сторонніх читачів, які можуть вступати в публічну полеміку з автором (у відгуках до блог-запису або в своїх блогах), вони створюють відчуття «віртуального віче» (Л. Лессиг), на якому учасники не зібрані водночас, і розмови яких можуть бути і незв'язаними. Це своєрідний незрежисований громадський полілог із його тематичними перескакуваннями, складною взаємодією реплік, розривом діалогічних єдностей.

Потужним інструментом взаємодії між державою та громадянським суспільством за посередництвом сучасних інформаційно-комунікаційних технологій є е-консультації у численних формах (web-сторінка, на якій подаються вибрані запитання від громадян із відповідями за підписом осіб, уповноважених на прийняття рішень в організації; можливість коментувати розміщені в он-лайн статті чи документів; on-line секція для запитань запрошеним особам; on-line конференції (1-3 тижні), що дозволяє віртуально зібрати учасників віддалених фізично один від одного; використання on-line інструментів (списки розсилки е-поштою); чат, який завдяки розвинутому програмному забезпеченню дозволяє взаємодіяти в реальному часі, навіть якщо інтенсивність діалогу обмежена, цим завойовується достатньо велика аудиторія в специфічний час; on-line опитування та дослідження тощо).

Як один із шляхів активізації взаємин між особою та владою, їх зближення та формування довіри населення до влади можна розглядати модель державного управління е-уряд, яка заснована на використанні сучасних інформаційно-комунікаційних технологій із метою підвищення ефективності та прозорості влади, а також встановлення суспільного

контролю над нею. Ця модель не лише дозволяє підвищувати ефективність урядів, але й демократизувати процедуру надання послуг громадянам. Е-уряд, як єдина модернізована система, спроможна об'єднати всіх державних органів, які надаватимуть послуги населенню (фізичним особам, компаніям, підприємцям) за допомогою Інтернету, електронних терміналів чи навіть мобільного телефону.

На думку автора дослідження, реалізація технологій формування соціального капіталу передбачає регулярне інформування громадян про діяльність державних органів влади, адже довіра формується від прозорості та відкритості, вільної циркуляції інформації. Сучасній владі важливо виходити з пріоритетів взаємодії з інститутами громадянського суспільства, вміти зрозуміти інтереси цих груп і своєчасно підтримати їх цінні починання. Влада має бути зацікавлена в отриманні зворотної реакції на свої новації, бо вона дає змогу перевіряти життєздатність їх рішень, і коректувати на різних стадіях реалізації (залучити механізми е-демократії).

Одним із компонентів системи заходів формування соціального капіталу є підтримка громадсько-політичних рухів, які мають бути тим чинником, що допомагає державній владі визначити та вирішити актуальні проблеми, що в подальшому дасть змогу отримати підтримку суспільства. Готовність громадян до участі в громадських рухах, з одного боку, свідчить про високий рівень соціального капіталу в суспільстві, з другого – саме ця участь формує соціальний капітал, який, у свою чергу, є однією з основних складових високого рівня політичної участі населення [118].

Дієвим механізмом формування соціального капіталу, на нашу думку, є розвиток різноманітних форматів громадського мовлення (насамперед, радіо та телебачення), яке висвітлює життя громади. Громадське мовлення фінансується за рахунок коштів громадськості, зібраних методом краудфандингу, який є ще одним способом громадської кооперації і, відповідно, нарощування потенціалу довіри, соціального капіталу.

Ефективними формами взаємодії представників публічної влади та громади є: проведення регулярних консультацій влади з організаціями громадянського суспільства та мешканцями громади, спільна робота у колективних органах (радах, колегіях, комісіях, комітетах та ін.), кампанії громадського лобіювання та інформування громади про діяльність органів влади, проведення громадських слухань, ініціювання місцевих ініціатив представниками територіальної громади, моніторинг діяльності органів влади представниками інститутів громадянського суспільства, проведення громадської експертизи органів виконавчої влади та написання інформаційних запитів [114]. На нашу думку, нині саме соціальне партнерство виступає одним із механізмів формування соціальної довіри, позаяк – механізмом соціальної взаємодії, ефективним інструментом узгодження інтересів як державних, так і громадських, некомерційних і комерційних соціальних структур; це той механізм демократії, який не пов'язаний із боротьбою за владу, спосіб конструктивної взаємодії для вирішення соціальних проблем, «вигідний» для кожного сектора окремо (державного, комерційного та некомерційного) і населення території, де воно реалізується, в цілому.

Якщо виходити з тези, що соціальний капітал формується з приватного капіталу особи (індивідуального капіталу людини), то революційні та воєнні події 2013-2015 рр. істотно змінили багатьох: визріло усвідомлення потреби змін, але власними зусиллями. Гаслами висувається самоорганізація, розширення кола відповідальності кожного за звичні межі – до громади, держави. Укріплюється усвідомлення персональної відповідальності за власне життя, успіх, добробут. Укорінюється потреба брати відповідальність за свою роботу та взяті зобов'язання, своїх близьких. Убивання вірусу байдужості всередині себе, активізація зв'язків між людьми – рішучий стрибок до якісно-кількісного зростання соціального капіталу. За екстраординарних обставин досягнута на даний момент довіра громадян один

до одного є кроком до згуртування, спільної справи, а значить і соціального капіталу українців. На нашу думку, саме довіра доповнена усвідомленою потребою активної позиції, оголошеним протестом бездіяльності нині єднає в одне ціле окремі індивідуальні капітали людей на рівні трудових колективів, громадських рухів, національних і державних співтовариств. Ує згадуваний нами класик проблематики соціального капіталу американський професор Дж. С. Коулмен звертає увагу, що соціальний капітал – це «потенціал взаємної довіри і взаємодопомоги, що формується в міжособистісних відносинах : зобов'язання та очікування, інформаційні канали і соціальні норми» [62, с. 124]. За такої активної взаємодії індивідуальний соціальний капітал людини стає цінністю для спільноти, отримує визнання та попит. А на відміну від капіталу фінансового, соціальний капітал у міру витрачання тільки зростає, позаяк, чим інтенсивнішою є практика кооперації та взаємопідтримки, тим міцніша й ефективніша мережа солідарності, більша маса взаємної довіри. У той же час накопичення соціального капіталу підсилює ефективність інших видів капіталу.

Держава може створювати умови для накопичення й розвитку соціального капіталу в суспільстві. Сферою, в якій цей політичний інститут має найбільш доступні важелі для накопичення соціального капіталу, є система освіти; освітні інституції не просто створюють людський капітал у процесі формального навчання, але й сприяють накопиченню соціального капіталу шляхом удосконалювання соціальних правил і норм. Також держава побічно сприяє створенню соціального капіталу за допомогою надання необхідних соціальних і економічних свобод, зокрема охорона права власності, соціальна і національна безпека тощо. Але держава негативно впливає на накопичення соціального капіталу, якщо починає займатися діяльністю, яку краще передати приватному сектору або інститутам громадянського суспільства. Здатність до співробітництва заснована на традиціях і історичній практиці, й коли держава забирає на себе більшість

функцій, люди стають залежні від неї й втрачають здатність до спонтанної взаємодії [198, с. 307].

Погоджуємося з думкою В. Єлагіна, що поза впливом держави існують, принаймні, два додаткових джерела накопичення соціального капіталу. Першим є релігія; хоча й не всі форми релігії є позитивними з боку соціального капіталу (сектантство, релігійний фанатизм і екстремізм). Але релігія історично є одним з найбільш важливих складових національної культури. Другим джерелом соціального капіталу у країнах, що розвиваються, є глобалізація. Хоча вона частково ставить під загрозу давні традиції, але одночасно породжує нові образи, звичаї й набутий досвід, починаючи від організації економічної діяльності й закінчуючи діяльністю неурядових організацій [44].

На нашу думку, найдієвішим інструментом формування соціального капіталу є громадські структури. Ми погоджуємося зі слухними міркуваннями Л. Четверікової, яка наголошує, що асоціації, незалежно від їх призначення та спрямованості, відіграють надзвичайно важливу роль у суспільному житті – вони виховують членів громадянського суспільства, а, відповідно, формують і саме громадянське суспільство. Через такі асоціації виникають почуття довіри між людьми, почуття безпеки: людина згідна прийти на допомогу, оскільки впевнена, що за потреби, вона так само її отримає. Інституції громадянського суспільства репрезентують горизонтальну взаємодію, що є джерелом соціального капіталу, на противагу так званому негативному соціальному капіталу, що є результатом вертикальної взаємодії. Соціальний капітал характеризує ті особливості соціальної організації – довіра, норми та мережа громадської активності, що підвищують ефективність суспільства [173, с. 64].

Вважаємо, що накопичуючи та збільшуючи масштаби соціального капіталу, формується та розвивається громадянське суспільство, зміцнюються партнерські відносини у системі «державна – організована громадськість».

М. Бондаренко слушно зауважує, що громадські рухи допомагають створювати соціальний капітал, який використовується для формування громадської відомості, підтримки політичних інститутів і сприяння економічного розвитку країни [12]. Соціальний – одна з найважливіших характеристик сучасного етапу цивілізації, на якому роль громадянського суспільства стає рівнозначною ролі публічно-управлінських структур. Тільки там, де зачіпаються суспільні інтереси або колективні блага, дійсно необхідні дії організацій або груп. Їхня суспільна значущість полягає насамперед у тому, що вони є інституційним середовищем, в якому індивіди можуть взаємодіяти без обмеження свободи вибору людини.

Громадяни, здобуваючи соціальний капітал за рахунок часті в організаціях громадянського суспільства, надалі можуть використовувати його для зміцнення демократичних принципів в управлінні державою. Соціальний капітал передбачає існування інститутів, відносин і норм, що визначають якість і кількість соціальних взаємодій у суспільстві та сприяють стійкому розвитку країни. Долаючи класові, гендерні, етнічні та релігійні бар'єри, соціальний капітал сприяє кооперації зусиль громадян задля досягнення певних політичних, економічних, соціальних і культурних інтересів. Дієздатність будь-якої громади залежить від її соціального капіталу. Соціальний капітал є багатогранним явищем, яке функціонує на рівні окремої особи, громади, держави чи навіть, припускаємо, можна говорити про загальнопланетарний рівень (глобальний соціальний капітал). Але про який би рівень (навіть особистісний) соціального капіталу ми не вели мову, він є надбанням спільноти, колективним (корпоративним) досягненням, здобутим спрацею (співпрацею), довірою, толерантністю тощо.

Передумовою для формування соціального капіталу є широкий доступ громадян до засобів зв'язку та масової інформації. Він дозволяє розширити географію соціальних контактів і сприяє зміцненню національної єдності, створюючи у людей почуття причетності до актуальних для суспільства

подіям та проблемам. Важлива властивість соціального капіталу – можливість отримання інформації, яка властива соціальним відносинам. Інформація має велике значення для дії.

Для оцінки якості певних механізмів формування соціального капіталу необхідний надійний інструментарій вимірювання соціального капіталу. Останнє ж є непростим завданням, бо мова йде про нематеріальні та не завжди доступні спостереженню характеристики. Як правило, найбільш використовуваними індикаторами соціального капіталу є рівень довіри (Р. Патнам), громадянська та політична активність (Дж. Конвей) і соціальні норми, вимірювані на індивідуальному рівні й усереднюються для отримання характеристик спільнот.

Соціальний капітал заміряти складно через неадекватність офіційної статистики таких причин: 1) політичні партії, профспілки, громадські організації можуть свідомо завищувати показники членства; 2) зміни в законодавчому регулюванні можуть змінювати перелік організацій, реєстрація яких вимагається і облік членів яких ведеться; 3) офіційна статистика ніяк не відрізняє членство *de jure* від членства *de facto*, а також не відрізняє активних членів від випадкових, тимчасових, які формально фігурують в списках членів організації; 4) профспілкам, церковним громадам, політичним партіям, тобто традиційним формам колективного соціальної дії притаманні певний рівень формалізації, наявність бюрократичного апарату, ієрархічна структура, однак нові соціальні рухи (феміністичні, природоохоронців, рух антиглобалістів, сексуальних меншин і под.) є переважно неформальними мережами, а тому зовсім не обліковані офіційною статистикою. Отже, формальне членство в громадських організаціях не є адекватним індикатором групового соціального капіталу в українському суспільстві.

Проблема соціального капіталу як суспільної бази та основи легітимності влади багатоаспектна для перспективних досліджень у царині

політичної науки. Потребує вивчення вплив соціального капіталу на політичну модернізацію України (зворотній зв'язок у системі «влада – суспільство», забезпечення групової та індивідуальної участі громадян у політичному житті тощо).

2.2. Довіра як складова та передумова соціального капіталу: зміст і механізм підвищення.

Незважаючи на певні відмінності у трактуванні дослідниками сутності соціального капіталу, більшість із них визнають, що соціальний капітал формується через наявність загальних норм і цінностей, взаємної довіри та соціальних мереж. Соціальний капітал, втілений у вигляді норм і традицій соціальної солідарності та розгалуженої мережі громадянської співучасті, є важливою передумовою успішного суспільного розвитку. Оскільки у системі механізмів формування соціального капіталу первинне місце займають механізми формування соціальної довіри, то вивчення проблематики активізації соціального капіталу політичними методами доречно аналізувати через призму категорії «довіра», зокрема підвищення її рівня.

Сьогодні теорії довіри перетнулися з концепціями соціального капіталу, в результаті чого з'явився самостійний дослідницький напрямок – вивчення довіри як компоненти (або й основи) соціального капіталу. У сучасному політологічному дискурсі проблема довіри стає однією з найактуальніших, позаяк різкі та несподівані соціально-політичні зміни підривають довіру індивідів як до державних інститутів, так і один до одного, що виключає можливість формування соціального діалогу в суспільстві і, відповідно, несе деструктивний вплив як на функціонування окремих сфер суспільного життя, так і всього соціуму взагалі. Довіра є невід'ємною складовою комунікації, соціальних відносин на всіх рівнях організації суспільства. Дефіцит довіри

порушує основи соціальних відносин, що негативно позначається на різних аспектах функціонування суспільства.

Актуальність вивчення проблематики довіри диктується необхідністю пошуку механізмів забезпечення соціальної стабільності, стійкості, передбачуваності соціальних взаємодій, мінімізації ризиків. Які умови формування та забезпечення конструктивного соціального діалогу, соціальної відповідальності? Як формується й який ефект від соціального капіталу в житті суспільства й особи? Як довіра впливає на якість життя, на зростаючу соціальну відчуженість у відносинах між суспільством і державою, людиною та владою? Ці відкриті для дослідницького простору питання чекають свого вивчення. Вимагає з'ясування того, як соціальний капітал як значимий нематеріальний актив пов'язаний із людським розвитком, можливостями розкриття потенціалу особистості, соціальної групи, організації, українського суспільства.

Незважаючи на значну кількість робіт, ступінь наукової розробленості теми довіри як складової соціального капіталу характеризується теоретичною фрагментарністю. Багато вітчизняних учених (Н. Левчук, Т. Новаченко, А. Панькової, Т. Стеценко та ін.) пов'язують соціальний капітал із довірою, проте немає чітко визначеного місця довіри в структурі соціального капіталу. Згаданими представниками зарубіжної та вітчизняної науки заснована й розвинута наукова традиція аналізу соціального капіталу через категорію «довіра». Позаяк ми розглядаємо довіру як складову соціального капіталу, то вважаємо доцільним розглянути її (довіри) вплив на формування соціального капіталу. Нашою дослідницькою гіпотезою є припущення про вплив рівня довіри на рівень соціального капіталу. На нашу думку, для доведення висунутої гіпотези, необхідно дослідити місце довіри в структурі соціального капіталу. Виконання окресленого нами завдання ускладнюється відсутністю на сьогодні загальноприйнятої моделі структури соціального капіталу (що

можна віднести до його складових, який між ними взаємозв'язок, чи є довіра такою складовою?).

Ми погоджуємося з науковим підходом А. Сміта, який визнавав, що довіра – це «природне почуття індивіда», і його «установка на довіру» є базовою і панівною [131, с. 324]. «Будь-яка система – економічна, правова чи політична – вимагає довіри як обов'язкової умови. Без довіри вона не в змозі стимулювати необхідну діяльність у ситуації невизначеності або ризику» [215, с. 103]. Заслужують на увагу дослідницькі позиції Е. Дюркгейма та М. Вебера, котрі вважали, що за певних умов довіра може з індивідуальної якості, що характеризує особистість, перейти до характеристики окремої соціальної групи або суспільства в цілому.

Р. Патнам зауважив, що особливістю соціального капіталу є те, що він становить суспільне добро, в той час як звичайний капітал є приватним добром [100, с. 207]. У праці «Творення демократії: Традиції громадянської активності в сучасній Італії», Р. Патнам разом із колегами Р. Леонарді та Р. Нанетті наголошує, що у громадянськосвідомих регіонах Італії соціальна довіра була основним інгредієнтом поведінки, що підтримувала динамізм економіки та ефективність уряду [100, с. 190].

Як відомо, ступінь довіри буває різним залежно від характеру зв'язків, що сформувалися між людьми (наприклад, вони можуть бути родинними, дружніми, діловими тощо). У такому аспекті взаємозв'язок між довірою і соціальним капіталом є очевидним. Це підтверджує запропонована Р. Патнамом класифікація типів соціального капіталу, побудована за ознакою міцності зв'язків між суб'єктами.

Відповідно до цієї класифікації Р. Патнам поділяє соціальний капітал на міжособистісному рівні на два типи. Перший тип об'єднує відносини між членами родини, друзями і характеризує наявність тісних зв'язків, що відповідно породжують високий ступінь довіри між ними. На думку Р. Патнама, цей тип капіталу допомагає людині бути прийнятим у певній

спільноті. Другий тип соціального капіталу характеризує відносини зі знайомими, партнерами, колегами. Хоча ці зв'язки вважають менш міцними і ступінь довіри в них є значно нижчим, ніж у зв'язках першого типу, проте вони є особливо важливими для кар'єрного росту, набуття людиною гідного соціального статусу [222, с. 92].

Р. Патнам, Р. Леонарді та Р. Нанетті зазначають, що в суспільстві, де люди довіряють тільки своїм родичам і не схильні до кооперації з іншими, спостерігається економічна стагнація. На їх думку, довіра є однією з тих невід'ємних якостей особистості, які підвищують її добробут і виявляються тільки в процесі колективної діяльності, тобто під час формування соціального капіталу [100, с. 136].

Не можна не погодитися із дослідницьким підходом польського дослідника П. Штомпки (праця «Довіра. Фундамент суспільства», 2007), який вважає, що феномен довіри слід розуміти як виражене в дії, здійснене щодо партнера, очікування, що його реакції будуть для нас вигідними, тобто, здійснена в умовах невпевненості ставка на партнера в розрахунку на його сприятливі для нас відповідні дії.

П. Штомпка визначає довіру насамперед як культурний ресурс, що сприяє реалізації потенціалу дії, як інструмент переходу в невідоме майбутнє. Під «культурою довіри» дослідник пропонує розуміти переважаючі соціальні взаємини, які кодифікуються в правила, акумулюючи досвід довіри та соціальної надійності, а точніше, «систему правил-норм і цінностей, що регулюють вияв довіри та виконання очікувань, а також взаємність довіри» [182, с. 244].

Польський дослідник звертає увагу на різні явища та феномени, що супроводжують процес довіри, а також описує деякі її функції. Він виділяє три способи орієнтації на дії іншого: надію, упевненість та довіру. Перший і другий способи безпосередньо пов'язані з виявами довіри. [182]. Щодо останнього зі сказаного, то дослідниця творчого доробку П. Штомпки

В. Міхєєва наголосила, що, за Штомпкою, надія – це пасивне, нераціональне почуття того, що все обернеться до кращого, а довіра принципово відрізняється від надії і упевненості тим, що довіра вкорінена в дискурсі агента – це активна участь і орієнтація на майбутнє. Таким чином, довіра на відміну від надії і упевненості більшою мірою орієнтована на іншого індивіда і майбутнє, а також містить більш виражені когнітивний і поведінковий компоненти [92, с. 81].

Робимо припущення, що довіра є позитивною морально-етичною, прагматичною або емоційною оцінкою соціальним суб'єктом деякого об'єкта з позицій його надійності та відповідності очікуванням суб'єкта; вона виступає орієнтацією на дію, імпульсом до взаємодії та характеризує готовність суб'єкта до кооперації.

У системі суспільних відносин феномен довіри є: 1) основним ресурсом формування та накопичення соціального капіталу, інтегратором, який утворює соціальну цілісність; 2) відображенням актуальних в сучасному та минулому досвіді соціальних взаємодій, що відтворює сформовані традиції, структуру та норми взаємин; 3) прагненням знайти або встановити певну впорядкованість у просторі взаємодії для того, щоб попередити можливі ризики, забезпечити безпеку та взаємовигідність співпраці; 4) інструментом адаптації до соціально-економічних умов різних соціальних груп за рахунок внутрішньогрупової та міжгруповий консолідації; 5) символічним кредитом, який є однією з умов розширення можливостей соціально-економічного життя [98, с. 104].

Ми підтримуємо думку українського соціолога Т. Стеценко, про те, що довіра – це позитивна морально-етична, прагматична або емоційна оцінка соціальним суб'єктом деякого об'єкта з позицій його надійності та відповідності очікуванням суб'єкта, виступає орієнтацією на дію, імпульсом до взаємодії та характеризує готовність суб'єкта до кооперації [143].

Ми погоджуємося з підходом В. Міхєєвої, за яким «довіра є складним феноменом і разом з тим одним із найважливіших чинників, що визначає характер не тільки міжособистісних, а й в цілому усіх соціальних стосунків. Концепція довіри співвідноситься з поняттям соціального капіталу. Вона безпосередньо «вплетена» в механізм, що забезпечує інтеграцію і стабільність суспільства» [92, с. 82].

А. Гіршман слушно називає довіру «моральними ресурсами», тобто ресурсами, які під час використання не зменшуються, а нарастають; і навпаки, без ужитку ці ресурси зникають. Таку саму аналогію можна провести й щодо соціальних норм і зв'язків, які збільшуються під час використання та зменшуються без ужитку [Цит. за : 173, с. 64].

Заслуговує на увагу міркування психологів, зокрема Л. Найдьонової, яка вважає, що соціальний капітал – це колективний ресурс, який складається із громадської участі, мережі зв'язків, норм взаємності, а також різноманітних організацій, які встановлюють довіру між громадянами та діють на покращення спільного благополуччя [95]. Отже, довіра, виступаючи сприятливим чинником благополуччя суспільства, розглядається нею як явище, що є похідним від діяльності складових соціального капіталу.

Довіра також виступає й наслідком, важливим результатом формування соціального капіталу [6, с. 11]. Громада створює та підтримує механізм соціальної солідарності, безумовно примножуючи соціальний капітал як той простір, де цінується довіра і взаємодопомога.

Довіра є одним із найважливіших чинників зростання добробуту суспільства, оскільки фактично кожна комерційна угода несе в собі елемент довіри, особливо довготермінова угода [190, с. 337]. Довіра сприяє співпраці : чим вищий рівень довіри у суспільстві, тим вища ймовірність співпраці.

Відсутність взаємної довіри, солідарності, звички до співпраці та взаємодопомоги визначає низький рівень соціального капіталу. Якщо у розвинених демократіях «модулярна людина» (соціального антрополога

Е. Геллнера) як член громадянського суспільства перебуває у відносинах, що ґрунтуються на довірі та солідарності, то для українського суспільства відносини такого роду обмежені тісним колом, що формується швидше на зв'язках вертикального типу. У цьому аспекті можна говорити про накопичення швидше негативного соціального капіталу, який сприяє поширенню корупційних схем та подальшому зростанню соціальної поляризації в суспільстві. Підтримуємо наукову позицію О. Шуби про те, що найважчими соціальними наслідками цього є посилення дезінтеграції у суспільстві, яке зумовлює агресію і нестабільність, активізацію масової девіантної поведінки, що проявляється переважно серед молоді, зростання потенціалу протестної поведінки, розрив соціальної тканини і відчуження населення у вигляді озлоблення та аномії [183, с. 145].

Люди оцінюють успішність і заможність держави, регіону переважно за допомогою економічних показників та не звертають уваги на моральні цінності, рівень культури та довіри. За умов стрімких змін, невизначеності і нестабільності дедалі більшого значення набуває питання ціннісних орієнтацій суспільства, виявлення довіри та дотримання соціальних норм, які є основними складовими соціального капіталу [74, с. 60].

Довіра є важливим компонентом соціального капіталу. Коли немає довіри – немає впевненості в угодах, а отже, й сили в законах. Довіра сприяє співпраці між гілками влади, працівниками та керівниками, політичними партіями, урядом і приватними організаціями. І саме довіра і соціальний капітал, у свою чергу, сприяють співпраці та зменшують витрати на моніторинг за дотриманням укладених угод.

Як найважливіша складова соціального капіталу, довіра необхідна передусім для успішного розвитку країни загалом. У суспільстві з високим рівнем довіри зазвичай вищий рівень визнання публічної влади, а отже, нижчі витрати на підтримку порядку, реформи, що впроваджуються органами влади, проходять легше, тому що скорочуються витрати на вирішення

соціальних конфліктів. У багатьох країнах із низьким рівнем довіри люди не мають елементарних інституціональних гарантій, що захищають їх від політичного свавілля. Низький рівень довіри є перешкодою консолідації суспільства та влади [74, с. 60].

Місце довіри в системі соціального капіталу визначається тим, що останній є тим нематеріальним ресурсом, продуктом відносин між суб'єктом та контактами його мережі, зумовлених довірою, солідарністю, толерантністю й взаємністю, регульованих нормами, цінностями, зобов'язаннями й очікуваннями та детермінованих ризиком, контролем і недовірою, які, функціонуючи у формах взаємодопомоги, соціальної підтримки, громадської та соціальної активності й ініціативи, конвертують його в інші форми капіталу, відповідно до цілей та потреб соціального суб'єкта. Соціальний капітал розглядається як певний потенціал суспільної взаємодії, що є результатом довіри між та всередині різних груп та спільнот населення. Взаємодовіра є одним із головних мірил соціального капіталу [72, с. 138]. Здатність утворювати певні групи та об'єднання виникає тоді, коли члени групи мають не лише спільні інтереси, але й очікують чесної та надійної поведінки від інших та довіряють один одному. Довіра у розумінні Р. Патнама та Ф. Фукуями – це здійснення очікуваного, зокрема чесної, зорієнтованої на спільні цінності поведінки [161; 224]. Ресурси соціального капіталу збільшуються із зростанням довіри членів громади один до одного і до влади. Довіра, що базується на вірі та надії, сприяє колективній взаємодії, кооперації зусиль, доступу до об'єктивної інформації. У суспільстві, де довіряють, люди бачать перед собою надію, спираються на глибинну життєву силу, а згубна дія безнадії проявляється в погіршенні психологічного самопочуття населення, підвищенні ризику суїцидів, алкоголізму, злочинності та інших проявів асоціальної поведінки. Довіра є тим «мастилом» (Ф. Фукуяма), що полегшує соціальну кооперацію, зміцнює соціальні зв'язки, зменшує ризик конфліктів, а відтак – скорочує потребу в

нелегітимних засобах досягнення цілей та асоціальних формах діяльності [72, с. 138].

Вочевидь, сутність соціального капіталу визначається саме мірою взаємної довіри людей у суспільстві. Якщо в суспільстві є взаємна довіра, то можна говорити і про наявність соціального капіталу. Саме довіра в одне ціле єднає окремі індивідуальні капітали людей на рівні трудових колективів, громадських рухів, національних і державних співтовариств. Суть соціального капіталу полягає в тому, що громадське багатство створюється завдяки контактам, активізації зв'язків між людьми; на ньому тримається вся соціальна цілісність. Дуже часто найцінніші знання й уміння виражені не в явній формі (документах, керівництві, базах даних), а виявляються в соціальному досвіді осіб і ноу-хау окремих членів суспільства. Така ситуація характерна для інститутів громадянського суспільства, де розвиток і процвітання багато в чому залежать від тісних стосунків між людьми, що засновані на повазі. Дж. Коулман стверджував, що соціальний капітал – потенціал взаємної довіри і взаємодопомоги, що формується в міжособистісних відносинах: зобов'язання та очікування, інформаційні канали і соціальні норми [62, с. 124].

Одним із індикаторів, який сприяє формуванню та зростанню соціального капіталу, передумовою його формування є соціальна довіра громадян саме державі. Пострадянська тенденція – високий рівень недовіри органам державної влади з причин її байдужості до проблем громадян, корумпованості, прагнення державних службовців у будь-який спосіб утриматися на високих посадах. У поясненнях причин недовіри влади домінують також і такі негативні оцінки «людей державних», як використання ними службового статусу, незнання життя спільноти, аморальність, нечесність, непослідовність слів та дій тощо. Можна констатувати, що українці схильні довіряти своєму оточенню більшою мірою, ніж офіційним суспільним інститутам. Характерними є дефіцит

горизонтальних мереж громадської активності та співпраці й водночас висока розгалуженість неформальних, у тому числі родинно-кланових зв'язків; слабкість норм взаємодопомоги та кооперативної співпраці, коли кооперативні норми діють лише локально, в середині певної соціальної групи, але не поширюються за її межі.

Для підрахунку національного обсягу «соціального капіталу» застосовуються два показники – індекс довіри та членство в громадських об'єднаннях. Приблизний рівень соціального капіталу вимірюють за допомогою соціологічного опитування. Проте найточнішу інформацію про його стан і трансформацію можна отримати за допомогою регулярного моніторингу процесів, пов'язаних із розвитком і зміцненням соціальної довіри в суспільстві. Українські соціологічні центри фіксують перманентний процес зниження довіри майже до всіх державних інституцій. За результатами опитування Фонду «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва у травні 2013 року довіра до низки державних інституцій досягла найнижчих значень за весь час проведення опитувань : до Верховної Ради України (баланс довіри-недовіри становить –60.5 %), судів (–56 %), політичних партій (–52 %), уряду України (–49 %), міліції (–47 %), прокуратури (–43 %;), Президента України (–43 %), Конституційного суду України (–38 %), Служби безпеки України (–14 %). Натомість зростала довіра до недержавних інституцій : церкви (у травні 2013 року їй довіряли 70 %, не довіряли 20 %); засобам масової інформації України (у грудні 2005 довіряли 35 %, у травні 2013 – уже 58 %), громадським організаціям (у червні 2010 р. їм довіряли 26 %, у травні 2013 – близько 38 %). Довіра до Збройних сил України коливається, проте переважає довіра, з досить постійним балансом +10 %. Зауважимо, стрімкий ріст довіри до армії спостерігається з початком активної фази антитерористичної операції у східних областях України; водночас зростає довіра до різноманітних добровольчих батальйонів та їхніх військових керівників.

Дещо зростає довіра до місцевої влади (у 2006 році баланс становив 16.3 %, у травні 2013 – 5 %) [154]. Звернемо увагу, що у момент цього опитування ще не було таких вагомих негативних явищ, як тимчасове призупинення євроінтеграційного курсу, людські жертви, дебаткування теми федералізації, загострення зовнішньополітичних взаємин із Російською Федерацією.

Рівень довіри найкраще простежується у динаміці. Для цього (на противагу цифрам середини 2013 року) наведемо результати найновішого дослідження, проведеного Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва та соціологічною службою Центру О. Разумкова наприкінці липня [59]. У 2015 році лідерами суспільної довіри стали волонтери (довіряють 67 %, не довіряють – 23 %); традиційний лідер довіри – церква – дещо втратила в довірі, є найнижчий рівень довіри за останні 5 років). Переважає довіра над недовірою у ставленні населення до Збройних сил України та до добровольчих батальйонів, причому ця довіра майже однакова. Найвищим рівнем недовіри вже два роки поспіль відзначаються засоби масової інформації Росії (–76 % у 2015 р., –72 % у 2014 р., а у 2013 р. було – 28 %). Далі за рівнем недовіри йдуть усі правоохоронні органи, причому недовіра до них за п'ять останніх років істотно зросла : суди (–67 % у 2015 р., –72 % у 2014, –45 % у 2010 р.), прокуратура (–67 % у 2015 р., у 2010 р. – 48 %), міліція (–57 % у 2015 р., у 2010 р. –37 %). До Служби безпеки України довіра дещо вища, хоча за п'ять років вона теж істотно знизилася: від –9 % у 2010 р. і до –34 % у 2015 р. [59].

Для того, щоб люди довіряли органам влади, необхідні очевидні конкретні результати державної діяльності щодо поліпшення умов їх життя. Не можна трактувати як патерналістські очікування людей, щоб держава вирішувала проблеми, з якими люди самі впоратися не можуть. Необхідною умовою зростання довіри є регулярне інформування органами влади населення про результати своєї діяльності. Для відновлення довіри в

суспільстві в першу чергу держава повинна проводити політику «не обдури», «не підведи», «виконай обіцяне». Затримка заробітної плати бюджетним працівникам, неіндексовані пенсії, зникнення вкладів населення, обмеження прав людини, відчуття беззахисності громадян перед зовнішньополітичними викликами поглиблюють рівень недовіри до органів влади. Для того, щоб у людей був настрій на відродження добробуту, країни потрібна, передусім, довіра народу посадовцям, упевненість людей у тому, що добробут країни є результатами їх праці, довіра народу до органам виконавчої влади, об'єднання людей у громадські рухи, що захищають їхні права та інтереси. З огляду на зазначене, саме держава повинна відігравати вирішальну роль у відновленні взаємної довіри, стаючи чесною та відкритою щодо своїх громадян. Якщо політика держави буде цілеспрямованою, то рівень соціального капіталу, безсумнівно, буде рости, що збільшить резерв міцності при побудові громадянського суспільства.

Вимальовується тенденція стійкої недовіри не лише до органів влади, але й до політичних партій, позаяк із ними незначна кількість громадян пов'язує відродження добробуту країни. Це засвідчують, зокрема, антипартійні гасла, висунуті Євромайданом (антипартійна ідея – «Геть політиків!», «Геть партії!», акції без партійних прапорів), проведення численних різноспрямованих мітингів, починаючи від листопада 2013 р. з мінімумом партійної символіки чи взагалі без неї. Довіра до партій зруйнована діями партійних функціонерів. Довіра до урядів руйнувалася очевидною масштабною корупцією та масовим зубожінням народу. Для багатьох людей залишилася лише віра в Бога, а через неї – довіра до церкви. Державним інститутам українське населення висловлює вкрай низький рівень довіри. Населення України висловлює найвищий рівень довіри сім'ї та родичам, а починаючи зі січня-лютого 2014 року фіксується сплеск довіри до різноманітних загонів самооборони, патрулів, створених силами самої громади для забезпечення правопорядку. У 2015 році із появою на вулицях

великих міст України (Київ, Львів, Одеса, Харків та ін.) патрульної поліції одразу помітне позитивне налаштування громадськості (близько 85 % тих, хто довіряє [116]) щодо створеного на прозахідний лад нового правоохоронного підрозділу; водночас громадська думка почала чітко розмежовувати: 1) корумповану стару міліцію, з низьким рівнем довіри та 2) нову незаплямовану патрульну поліцію, яка ще має заслужити довіру громади, але має для цього усі потрібні стартові передумови.

Погоджуємося з О. Кожем'якіною, яка зауважує, що «сучасний політичний простір реальної демократії постає як простір влади довіри, основою якої є саме ціннісно-нормативне підґрунтя, однак реалізація його залежить від способів безпосереднього втілення в життя, від його функціонування в політичній системі соціуму. Вразливість демократії полягає в тому, що руйнація довіри внаслідок цинічного тривалого зловживання владою є надзвичайно болючою та деструктивною для соціуму в цілому, тому криза довіри може бути подолана шляхом поступового формування культури довіри як результату взаємодії трьох базових векторів довіри, увиразнюючи орієнтири надійності, безпечності та ефективності шляхом легітимації порядності та професійної компетентності» [55, с. 19].

Заслуговує на увагу підхід української дослідниці Т. Стеценко, яка сконструювала теоретичну структурно-функціональну модель соціального капіталу, у якій визначено місце довіри. Структурними елементами моделі виступають: соціальні актори; кола спілкування суб'єкта соціального капіталу, організовані відповідно до соціальної дистанції між ним та його контактами; власне соціальна мережа контактів суб'єкта соціального капіталу. До функціональних елементів дослідниця відносить: 1) інтегруючі: довіра, солідарність, толерантність, взаємність; 2) регулюючі: соціальні норми, соціальні та культурні цінності, зобов'язання, соціальні очікування; 3) захисні: ризик, контроль, недовіра; 4) ціледосягаючі: взаємодопомога,

соціальна підтримка, громадська активність, соціальна активність, соціальна ініціатива [143, с. 6-8].

У системі соціального капіталу довіра загалом здійснює функцію утворення соціальних зв'язків, тим самим формуючи соціальний капітал і в подальшому підтримуючи зв'язки в його системі. Недовіра ж, з одного боку, обмежує взаємодію соціального суб'єкта, зменшуючи як ризики від взаємодії з іншими, так і потенціал його дії, з іншого – створює необхідність пошуку нових контактів для формування соціальних відносин, тим самим оновлюючи мережу контактів суб'єкта соціального капіталу. Попри те, що недовіра розуміється як стратегія, що обмежує дії соціального суб'єкта та кола його знайомств, існує інший бік цього феномена, який визначається тим, що динаміка реструктуризації соціального капіталу потенційно може бути значно вищою у суб'єктів, які переважно дотримуються стратегії недовіри. Тому, формування соціальної мережі соціального капіталу великою мірою залежить як від довіри, так і від недовіри.

Соціальний капітал проявляється на мікро–, мезо– та макрорівнях суспільства. На мікрорівні суб'єктами соціального капіталу виступають індивіди, на мезорівні – соціальні групи, організації, макрорівні – держави, суспільства. На мікрорівні довіра має форми таких соціальних відносин як родина, дружба, приятельські відносини, особистісні стосунки, партнерські відносини, виробничі відносини, повсякденна товариськість. На мезорівні довіра існує у різноманітних формах кооперації: колективи, спільноти, формальні та неформальні групи, організації, інститути, клуби за інтересами та ін. Довіра на макрорівні втілюється у формах взаємодії націй, держав, суспільств. На кожному з цих рівнів функціонує довіра, тип якої детермінований рівнем організації суспільства та колами контактів соціального суб'єкта.

Довіра як чинник, інструмент і засіб накопичення соціального капіталу відображає актуальний, минулий, індивідуальний і соціальний досвід

індивіда, соціальної групи, соціуму. Атмосфера довіри відтворює архетипи і задає норми взаємин. Довіра несе в собі соціальну пам'ять. Через механізм довіри забезпечується накопичення і розвиток соціального капіталу, який легко втратити, і дуже складно знову формувати і накопичувати. Довіра демонструє характер і розвиненість соціального партнерства як на рівні суспільства, так і окремих його сфер на основі міжособистісної, міжгрупової, міжінституційної взаємодії, що покликана забезпечити узгодженість, стійкість життєдіяльності соціуму. Вона виступає продуктивною соціальною конструкцією, заснованою на надійності, тривалості та міцності соціальної взаємодії. Недооцінка цього чинника взаємодії призводить до нерациональних витрат у часі та ресурсах, до непередбачуваності, невизначеності, ризиків у різних сферах суспільного життя, до зниження адаптаційного потенціалу населення [98, с. 104].

Довіра виступає способом накопичення соціального капіталу, основою соціальної злагоди. Саме довіра (за критеріями глибини, якості, довгостроковості, багатовекторності, за наслідками – взаємовигідності) формує орієнтацію, здатність, бажання та готовність до балансу соціальних інтересів, до співпраці, діалогу, партнерства.

Відносини довіри-недовіри між соціальними суб'єктами в будь-якій сфері мають або конструктивний, або, навпаки, деструктивний характер. У першому випадку виникає розуміння, діалог між соціальними суб'єктами; при недовірі втрачаються зв'язки, звужуються та трансформуються соціальні мережі, змінюються партнери, утискаються й ігноруються соціальні інтереси партнерів, формується негативний іміджу.

Атмосфера довіри між індивідами, соціальними групами, соціальними суб'єктами, а також до інституцій визначає соціальну ефективність спільної діяльності, взаємовигідність, знижує непрямі економічні витрати і ризики, що забезпечує надійність, гарантованість, певного роду стабільність у соціальних відносинах на всіх рівнях, зміцнює цілісність соціальної тканини та

перетворює соціальні мережі суспільства. Це сприяє його сталому розвитку та процвітанню, незалежності та самодостатності, що в нестабільних умовах ринку є життєво необхідним і для самого суспільства, і для кожної людини, що живе в ньому [98, с. 104].

Реалізація технологій формування соціального капіталу припускає розробку і застосування регулярного інформування громадян про діяльність державних органів влади. Довіра між владою і громадськістю виникає в тому випадку, якщо забезпечення прозорості і відкритості відносин постійні, є можливість прямих контактів перших осіб з громадянами країни, у тому числі за допомогою засобів масової інформації (газет, радіо, телебачення, електронні мас-медіа). Таким чином, першою необхідною умовою функціонування цих механізмів виступає створення повноцінного інформаційного поля взаємодії, коли забезпечена вільна циркуляція інформації усередині співтовариства, виявлена необхідність цієї взаємодії.

Розвитку довіри в системі «влада – громадянин» сприяє належним чином сформовані механізми е-врядування, які здатні зцементувати стосунки між урядом і громадянами, а відтак допомогти урядам завоювати суспільну довіру шляхом проведення політичного курсу, сформованого під впливом громадської участі. Тому уряди всього світу активно сприяють впровадженню методів е-врядування у всі сфери взаємодії зі своїми громадянами. Наріжним каменем у цих зусиллях виступає надання інформації широкій громадськості [90, с. 20-21] у найрізноманітніші способи, які мають відповідати особливостям (віковим, освітнім, поселенським, критерію доходу, мобільності тощо) кожної зі соціально-демографічних груп. Адже для одних радіомовлення, телебачення, меншою мірою періодика є основними каналами отримання інформації про владні дії. Для інших же – Інтернет-комунікація уможливорює новітні формати співпраці, наприклад, ініціювання чи підписання онлайн-петицій до глави держави, дебати на відповідних форумах, поширення актуальних хештегів і твітів (ретвітів).

Двосторонність (а не односпрямованість від громадянина до влади без жодної зворотньої реакції) зв'язку є запорукою формування відносин довіри у системі «громадянин – влада».

Дефіцит довіри блокує потенціали, виснажує ресурси та свідчить про хворобливий стан суспільного організму, про несформованість соціального капіталу, який забезпечує соціальну цілісність, про низьку життєздатність суспільства як цілого, що негативно позначається на соціальному, економічному, людському, суспільному розвитку.

Формування, накопичення соціального капіталу на мікро– і макрорівнях, основним ресурсом якого є довіра, стає необхідною умовою життєздатності суспільства, його соціальних інститутів і структур, які покликані функціонувати на користь людини, на розкриття її потенціалу.

Розвиток культури довіри в Україні є базовою умовою формування соціальної цілісності, життєздатності суспільного організму, досягнення загальнонаціональної згоди і адаптації населення до мінливих умов, розкриття людського потенціалу як суспільства, так і особи.

Зміна культури взаємодії якісно змінює систему відносин як між людьми, соціальними групами, так і між людиною і суспільством, забезпечуючи одночасно їх життєздатність, відкриваючи нові можливості та перспективи для розкриття людського потенціалу України.

В умовах нестабільності роль довіри як ресурсу, який спрямований на забезпечення стійкості, порядку і стабільності суспільної системи в цілому і окремих її сфер, є вагомою і значимою, тому необхідно розвивати культуру довіри на принципах взаємовигідного співробітництва, соціальної відповідальності. Це забезпечить попередження глобальних і локальних ризиків, а розвиток конструктивного соціального діалогу сприятиме підвищенню якості життя населення, позитивному соціальному самопочуттю, що в підсумку формує щільну соціальну тканину, стабільні стійкі соціальні відносини, відносну передбачуваність ситуацій та їх наслідків.

Отже, довіра може вважатися інтегральним показником соціального капіталу, бо відображає сукупність неформальних норм у дії. При високому рівні довіри всі сфери життя суспільства – економіка, політика, право – функціонують значно краще, з більшою користю для членів суспільства.

Висновки до розділу 2.

Політичний механізм як вихідне поняття є сукупністю засобів реалізації політичних завдань, певних управлінських процедур, прийомів; це сукупність видів діяльності суб'єктів, гарантованих законом і включених у динаміку практично-політичних відносин, які охоплюють усі стадії розвитку та функціонування політичної системи.

За своєю структурою політичний механізм об'єднує вхідну та вихідну ланки. Вхідна ланка включає політичні організації та інститути, що одержують установку на напрямок розвитку. Вихідна ланка охоплює політичні організації та інститути, які поєднані з громадськими організаціями та інститутами. Організація зворотного зв'язку є невід'ємною частиною політичного механізму, структура якого обумовлюється політичною волею керівництва країни, вимогами суб'єктів політичної діяльності, сукупністю правових норм, які регулюють певні види діяльності політичних суб'єктів і визначають правовий статус державних органів, взаєминами суб'єктів політичного процесу; сутністю політичних цілей, яка впливає на зміст політичного механізму.

Політичні механізми формування соціального капіталу – це конструйована суб'єктами політики система, призначена для генерування соціального капіталу, яка має визначену структуру, сукупність правових норм, методи, засоби, інструменти державного та позадержавного впливу на суб'єктів та об'єкти політики.

Політичні механізми формування соціального капіталу можна розділити на: механізми формування і закріплення соціальних норм, включаючи і норми соціальної взаємодії; механізми формування соціальної довіри. У процесі їх реалізації постають проблеми: пошуку нових форм взаємодії органів державної влади та інститутів місцевого самоврядування з громадянським суспільством; налагодження системи інформування населення про діяльність влади, намагання забезпечити сталий зворотній зв'язок між інститутами влади та громадянами у рамках формування культури державно-громадського управління; можливості використовувати механізмів та інструментарію електронної демократії на центральному та місцевому рівнях державного управління; запровадження механізмів громадської експертизи; впровадження інших сучасних діалогових форм політичної комунікації.

Зростанню соціального капіталу сприятиме переформатування громадянина в е-громадянина, попри уся складність такого процесу з огляду на недостатню комп'ютеризацію суспільства в цілому та порівняно низький відсоток користувачів Інтернету.

Незважаючи на певні відмінності у трактуванні дослідниками сутності соціального капіталу, домінує підхід, за яким соціальний капітал формується саме через наявність загальних норм і цінностей, взаємної довіри та соціальних мереж. Саме довіра ми розглядаємо як інтегральний показник соціального капіталу, бо відображає сукупність неформальних норм у дії. Оскільки у системі механізмів формування соціального капіталу первинне місце займають механізми формування соціальної довіри, то механізм активізації соціального капіталу політичними методами доречно розробляти через підвищення її рівня довіри. Довіра є невід'ємною складовою комунікації, а її дефіцит порушує основи соціальних відносин, що негативно позначається на різних аспектах функціонування суспільства. Ресурси

соціального капіталу збільшуються із зростанням довіри членів громади один до одного і до влади.

Необхідними умовами зростання довіри є регулярне інформування органами влади населення про результати своєї діяльності на прозорих і відкритих засадах; дієва, відчутна громадськістю протидія корупції; подальший розвиток інформаційного суспільства; незалежні ЗМІ. Розвитку довіри в системі «влада – громадянин» сприяє розвиток е-врядування, яке покращує демократичність врядування через відкриту інтерактивну взаємодію з іншими суспільними акторами в режимі онлайн задля побудови держави сервісного типу. Розвиток культури довіри в Україні є базовою умовою формування соціальної цілісності, життєздатності суспільного організму, досягнення загальнонаціональної згоди і адаптації населення до мінливих умов, розкриття людського потенціалу як суспільства, так і особи.

РОЗДІЛ 3

КОМУНІКАТИВНА СКЛАДОВА ПОЛІТИЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

3.1. Роль нових форм комунікації у формуванні та нарощуванні соціального капіталу.

Сьогодні відбувається стрімкий перехід від індустріального до інформаційного суспільства, що породжує нові типи соціальних зв'язків і комунікацій, висуває нові вимоги до відносин між державою та суспільством, між суспільством та особою, а також диктує нові форми міжособистісного спілкування. В останнє десятиліття в Україні активізуються Інтернет-технології; світову мережу використовують для найширшого спектру комунікації – як сфері державно-публічного партнерства, так і у найпростіших форматах соціальної взаємодії.

За аналогією з ринковою економікою та економічним капіталом, втіленням якого є гроші, можна говорити про існування «ринку суспільної взаємодії», де механізмом нарощування соціального капіталу є комунікація. Комунікативна ефективність об'єднує великий людський колектив, перетворюючи його на діяльну спільноту. Зміни в сучасному глобалізованому суспільстві обумовлюють новий характер позиціонування влади й її органів, вимагають державного управління, спрямованого на створення умов для самоорганізації громадян і, як наслідок цього, нового типу комунікацій [30]. Комунікації виступають інтегральним політичним інструментом для забезпечення швидкої адаптації політичної системи до динамічних політичних, соціальних і економічних умов. У процесі комунікації відбувається освоєння політичного досвіду, відбираються певні зразки та цінностей, формується політична культура, породжуються соціальні норми та стереотипи.

Погодуємося з думкою М. Володимирова, що саме від якості комунікативного дискурсу, можливостей сенсозначущого діалогу в системі «суспільство – влада» залежить ефективність політичної модернізації [30].

Заслуговує на увагу підхід С. Московічі, котрий стверджує, що комунікація є вкрай соціальним процесом, адже якщо змінити її форму, її засоби, то вона тут же змінить природу груп і форму влади. Виходячи з цього, С. Московічі (разом із Г. Тардом) робить висновок, що кожному типу зв'язку відповідає певний тип соціального співтовариства : традиційній комунікації «з вуст у уста» – натовп; сучасній комунікації, що бере свій початок із газет, – публіка [Цит. за : 196].

Швидкі зміни інформаційних технологій ставлять перед суб'єктами політики завдання брати більш активну участь у формуванні нових інформаційних середовищ, спільнот і мереж. Можна констатувати, що у останні два десятиліття відбуваються небачені досі зрушення у комунікативних навичках усе більш широких верств суспільства та підвищення їхньої комунікаційної компетенції. Глобалізований світ – це суспільство глобальних мереж, що постійно змінюють свою конфігурацію...» [33, с. 67]. Домінуючою політичною формою інформаційної епохи стає «мережева держава» [43, с. 89-90].

Коли у 1949 році вийшов друком роман-антиутопія Дж. Орвелла «1984», зображені на його сторінках неоформи комунікації видавалися фантастикою. Через сорок років, у 1989-му, президент США Р. Рейган виголосив : «Голіаф тоталітаризму буде поборений Давидом із мікрочіпа» [Цит. за : 69]. Слова Р. Рейгана проєктуються на організовані з використанням соціальних медіа масові акції протесту, які завершили історію кількох авторитарних режимів ХХІ ст.

Сьогодні цілком очевидно, що наявний розкол у суспільній свідомості громадян України може бути подоланий лише шляхом збільшення ефективності комунікативних практик [104], коли суб'єкти політики

вимушені переходити у площину сучасних технологій та нових комунікаційних форматів із суспільством.

С. Сибиряков зазначає, що «нові форми комунікації держави і суспільства створюють передумови розвитку інститутів та організацій громадянського суспільства, сприяють демократизації українського суспільства. Розвиток соціальних медіа взаємопов'язаний зі зміною динаміки соціетальних змін у суспільстві» [120]. До соціальних медіа відносять блоги (мікроблоги), контент-спільноти, соціальні мережі, форуми та под. Усі вони втілюють онлайн-технології на принципах Веб 2.0. (Їх аналіз ми здійснюватимемо у наступному підрозділі роботи).

Політична функція соціального капіталу в сучасній демократії полягає в побудові громадянського суспільства, а виникнення та поширення Інтернет-технологій дозволяє ефективно впливати на формування нових організацій із наперед заданими властивостями, нарощуючи соціальний капітал суспільства (або знижуючи його у разі формування злочинних організацій, наприклад сепаратистських, у випадку зі сучасною Україною).

Розвиток Інтернет-технологій за рахунок зниження витрат і зміни характеру комунікацій значно розширює первинну зону практично кожного користувача, тим самим підвищуючи його особистий соціальний капітал, що розглядається як можливість використання нових зв'язків (контактів) у власних цілях.

Підтримуємо підходи Н. Лумана щодо погляду на суспільство як структуру, яка відтворює себе через безперервно поновлювані комунікації. І тут, вважаємо, роль Інтернету особливо важлива, адже, з одного боку, він є каталізатором, що забезпечує стрімке зростання «щільності» міжособистісних і міжгрупових комунікацій, а з іншого – створює можливість зміни напрямів потоку цих комунікацій, а це реально трансформує соціальну структуру суспільства.

Інтернет, дозволяючи через здешевлення комунікацій принципово спростити процес формування організацій будь-якого масштабу та спрямованості, максимально децентралізує можливості соціального проектування. Найочевиднішими інструментами соціального проектування виступають Інтернет-сайти й Інтернет-форуми, що дозволяють проектувати соціальні спільноти з практично будь-якими заданими характеристиками (освітніми, віковими, професійними і под.).

Ефективність і власне можливість активної спільної діяльності між учасниками Інтернет-ком'юніті залежить від рівня довіри між учасниками мережі, від цього ж залежить, у підсумку та в агрегованому випадку, і величина громадського соціального капіталу.

У цих умовах перспективним є цілеспрямоване конструювання спеціальних мережових організацій, покликаних забезпечити принципово вищу ефективність міжособистісних взаємодій, у порівнянні зі звичайними для Інтернету більш-менш стихійними механізмами – он-лайн-конференціями, чатами, списками розсилки, веб-форумами та под.

Соціальна технологія формування мережових організацій дозволяє збільшити соціальний капітал суспільства через механізм розширеного «виробництва довіри», котрий забезпечується за рахунок розвитку й зміцнення мережі неформальних контактів у максимально широких професійних, освітніх та культурних верствах суспільства [176, с. 11]. Накладаючись на нові технологічні можливості Інтернету, що полегшують можливість формування нових комунікаційних зв'язків, засобів колективної роботи та інші технології knowledge management, вони можуть дозволити істотно підвищити ефективність механізмів громадської самоорганізації – того, що називається «громадянським суспільством».

На нашу думку, політика більше, ніж інші види суспільної діяльності, потребує спеціальних засобів інформаційного обміну для встановлення та підтримки постійних зв'язків між її суб'єктами. Вона неможлива без

опосередкованих форм спілкування та спеціальних засобів зв'язку між різними носіями влади, а також між державою і громадянами. У цьому зв'язку нові форми комунікації сприяють формуванню та нарощуванню соціального капіталу.

Комунікаційні засоби еволюціонували: усні (знаково-символьна вербалізація повідомлень) – друковані (алфавітна система мови, матеріалізована на різних носіях інформації – від стін гробниць та предметів ужиткового мистецтва до паперу) – електронні (в основі – електричні сигнали). Констатуємо, що сьогодні кардинально змінюється комунікаційна модель, адже кожен користувач може стати свого роду «маленьким» медіа. Соціальні медіа – сервіси, де користувачі взаємодіють із контентом (наприклад, комунікація у блогах чи соціальних мережах). Вони дозволяють користувачам співпрацювати, спілкуватися, ділитися інформацією або брати участь у будь-якій іншій соціальній активності. Соціальні медіа є особливим новітнім засобом комунікації, які з'явилися у результаті онлайн-технологій на принципах Веб 2.0, завдяки яким споживачі інформаційного вмісту сайту (контенту) через свої дописи є співавторами і можуть виявляти будь-яку соціальну активність, взаємоіючи з іншими користувачами певного сервісу [169, с. 213]. До них відносять блоги (мікроблоги), контент-спільноти, соціальні мережі та под.

Соціальні медіа як Інтернет-сервіси призначені для масового розповсюдження вмісту, де вміст створюють самі користувачі, і автором може бути кожен, на противагу традиційним медіа, де авторами є попередньо відібране і обмежене коло людей. За своєю природою вони більш децентралізовані та розпорошені, менш ієрархічні порівняно з традиційними ЗМІ, порівняно недорогі, а то й безкоштовні. Їх безумовною перевагою є швидкість оприлюднення інформації (миттєво). Публікація чи телерадіопрограма після оприлюднення не можуть бути змінені, а соціальні медіа видозмінюються через редагування та додавання коментарів.

Зауважимо: оскільки соціальним медіа характерна самоорганізація, то результат діяльності користувача може бути невідомим навіть йому самому.

Соціальні медіа є інтерактивними, конвергентними електронними носіями інформації з особливим користувацьким контентом; відкритість для взаємодії з читачами надають їм можливість створювати та модифікувати зміст повідомлень. На відміну від традиційних, класичних медіа, де комунікація здійснюється за схемою «від одного до багатьох», схема комунікації у нових медіа – «від багатьох до багатьох». Їх переваги для громадянського суспільства та соціального капіталу у порівнянні з традиційними друкованими й аудіовізуальними ЗМІ: можливість зворотнього зв'язку; прозорість; дискусії в коментарях до повідомлень; низький фінансовий поріг входження; створення контенту в режимі реального часу (наприклад, стрім-трансляції); можливість поєднати кілька форм подачі інформації (аудіо, відео, текст); висока періодичність публікації [169, с. 213]. Звернемо увагу, що у функціонуванні соціальних медіа практично відсутня цензура; невелика роль гейткіперів (тих, хто встановлює обмеження на зміст і тематику публікацій).

При визначенні ролі соціальних медіа у функціонуванні соціального капіталу поєднуються настрої кібер-оптимізму та кібер-песимізму [169, с. 213]. Перший розглядає Інтернет як вільне середовище з відсутністю контролю, передумову розвитку демократії, можливість активізувати соціальні зв'язки для усіх (у тому числі й для людей із обмеженими можливостями, формування соціального капіталу яких має певні ускладнення), масову освіту, можливість прямого звернення до влади. Кібер-песимісти побоюються мережі через загрозу поширення усеможливих негативних емоцій (екстремізм, ксенофобія, сепаратизм і под.), спосіб контролю за громадянами, деградацію публічного дискурсу, віртуалізацію соціальної взаємодії, сублімацію, порушення приватності.

Нові форми комунікування, зокрема різноманітні соціальні медіа структурують наратив. Відбувся новий поворот української публічної сфери, яка виникла в результаті активної циркуляції / репостів аналізованих повідомлень іншими користувачами соціальних мереж. Соціальні медіа змінюють механізми колективних дій у суспільстві. Вони демонструють миттєву оперативність (наприклад, стрім-трансляції), але не можуть відповідно «утилізувати» фейкову інформацію. Будучи інструментом, який відіграє роль каталізатора соціально значимих процесів, соціальні медіа не створюють їх самі по собі; але переважно слабкі зв'язки у соціальних мережах не виключають того, що вони можуть використовуватися для координації реальних груп активістів і друзів.

Засоби онлайн-комунікації здатні мобілізувати та координувати соціально-політичну активність мас, які стають самостійним суб'єктом історичних перетворень навіть без посередництва традиційних сил, якими є політичні партії та їх лідери. Зокрема, соціальні мережі поступово стають справжньою трибуною для незалежного громадянського дискурсу, втрачаючи своє «розважальне» обличчя, хоч тематика приватного життя залишається основою окремих соціальних медіа.

Завдяки появі Інтернету комунікація виходить на міжособистісний рівень, на якому інформаційні потоки йдуть безпосередньо від індивіда до індивіда. Блогосферний бум зумовив ситуацію, коли «кожен громадянин – репортер». Із появою е-комунікації система відносин між державою та медіа кардинально змінюється: нові медіа прийшли на зміну пресі як каналу інформаційних потоків від індивіда до індивіда та від індивіда до уряду. Інтернет змінив відстані між людьми, полегшуючи суспільну взаємодію, однак інформація з такого джерела є «не фільтрованою», а це актуалізує питання надійності та достовірності. Відтак, початок XXI століття – своєрідна точка відліку нової суспільно-політичної формації, в якій

відносини між владою та автономним в інформаційному плані від неї суспільством виходять на якісно новий рівень.

Сьогоденна політична комунікація досягає своєї мети у тому числі й через надання їй емоційної забарвленості. Комунікативні механізми суспільної взаємодії поповнилися численними флешмобами, театралізованими перформансами, соціально-політичними інсталяціями та іншими формами політичного активізму. У політичну участь вкраплюються елементи гри. Новітні форми політичної активності ідеально вписуються в культурну матрицю постмодерну. Ці дії сприймаються як такі, що не зумовлюють собою жодних наслідків і є одночасно й вчинком, й імітацією вчинку; це розвага, яка не потребує витрат; спілкування, яке не вимагає залучення психологічних чи емоційних ресурсів, і одночасно це можливість заявити про себе, щось зробити, насправді не роблячи нічого.

Ми погоджуємося з дослідницею політичної дії доби постмодерну Н. Хомою, яка у низці публікацій привертає увагу до того, що політична дія у постмодерній реальності є фрагментарною, провокативною, в основі якої – гра [172, с. 228-229; 210, с. 27-28]. У еру постмодернізму змінюється модель розвитку, підвищується ступінь плюралізму трансформації, розширяється діапазон соціальних ролей людини. Театралізація дії в усі часи займала важливе місце в публічній політиці. Не випадково політичний дискурс часто описується театральними метафорами: у разі сумнівів у щирості політика стверджують про «політичний фарс» або «добре відрепетирувану виставу»; невдалу комунікацію називають «театром абсурду»; певний простір, убрання для політичної зустрічі – «декорації», «сцена»; таємні домовленості – «закулісся (задзеркалля) політики». Існує потужна конвергенція, глибокий сутнісний взаємозв'язок політики з різними мистецькими формами.

Виходячи з останніх тенденцій розвитку публічної політики, театралізація та «конструювання» політичної дійсності набуватимуть зростаючої значущості для сучасного політичного процесу, а сприйняття

політичних подій через призму видовищності та розважальності неминуче набудуть нових форм і масштабів. А ще не можливо не вказати на таку характеристику сучасної політики, як інтерактивність, яка «передбачає інформаційний обмін, взаємодію з активізацією зворотних зв'язків між громадянським суспільством і політико-владною сферою. Інтерактивні підходи здатні змінювати основні характеристики політичної взаємодії. Вербальна та невербальна (за засобами) інтерактивність розширює традиційні інструменти політичної участі, громадськість постає як рівноправний учасник політико-інформаційного процесу» [172, с. 229].

Загалом із розвитком людської спільноти форми соціальної комунікації стрімко еволюціонують (політичні ток-шоу, стрім-трансляції, проведення відео- та аудіорозслідувань і навіть громадсько-політична мультиплікація). Ми спостерігаємо народження нових креативних форм участі громади у суспільно-політичному процесі, а нова Інтернет-реальність змінює соціальне життя людей, стимулює до нових проявів дії (твіт-шторми, хештегування інформації, підтримка участю політично спрямованих флешмобів, блогінг, створення та участь у різноманітних онлайн-сервісах, використання краудфандингових платформ для підтримки громадсько значимих проєктів, відкрите співробітництво за допомогою краудсорсингу та краудфандингу, підписання онлайн-петицій чи й реєстрація власної петиційної заяви з активним просуванням закликів до її (петиції) підтримки і под.). Традиційні технології політичної комунікації та канали впливу поступово зменшують силу та потенціал впливу. Важливо сьогодні вивчати можливості новітньої нетрадиційної політичної комунікації, переваги та можливості її використання.

3.2. Мережева (он-лайнова) комунікація як спосіб формування соціального капіталу.

Одним із базових питань соціальних наук є питання про те, як і за допомогою чого орієнтується індивід у процесі його включення у політичний простір. Що визначає його політичну поведінку, змушує підтримувати чи заперечувати певну стратегію державного розвитку, публічно виявляти свій протестний потенціал? Із розвитком глобалізації, появи нових форм комунікації соціальні контакти індивіда значно розширюються, а значна їх частина переноситься з реального у віртуальний вимір, тим самим спрощуючи спілкування завдяки режиму он-лайн. Технічний прогрес у сучасному інформаційному суспільстві створив принципово нову ситуацію у політичному спілкуванні. Широкий розвиток засобів комунікації пов'язаний із появою та поширенням віртуальних соціальних мереж. Такі мережі займають все більше місце в житті сучасного користувача Інтернет, при цьому кількість мереж неухильно зростає: Facebook, Twitter, V Kontakte, Однокласники, Google+, Instagram та под.

У процесі залучення людей до Інтернет-простору виникає потреба вивчення того, як віртуальні соціальні мережі долучаються до формування соціального капіталу. Проблематика є новою, в основному дослідження проводили західні науковці. А позаяк тематика є міждисциплінарною, то у вітчизняному дискурсі представлені розробки політологічної, соціологічної, юридичної науки. Виділимо дослідження комунікаційної революції С. Даниленка [37; 38]. О. Присяжнюк [108] аналізує соціальні й технологічні особливості Інтернету та його роль у системі сучасної життєдіяльності. С. Коноплицький [60] провів феноменологічний аналіз соціальних аспектів комунікації в мережі Інтернет. О. Маліс [87] довів, що Інтернет є потужним інформаційно-пропагандистським засобом ведення політичної діяльності. О. Третяк [153, с. 37-39] з'ясовує, чи здатні соціальні мережі забезпечити

залучення до публічної політичної активності широких верств населення та яких рис набуде ця публічна активність. Н. Хома аналізує роль соціальних мереж у координації протестних акцій [170, с. 66-72]. У той же час вплив соціальних мереж на становлення та розвиток соціального капіталу практично не вивчався.

Новітня інформаційна революція, пов'язана з Інтернетом, третя в історії людства після винаходів писемності та масового друкарства. Нині ми споглядаємо укріплення феномена «соціальних мереж», коли відбувається, за визначенням С. Даниленка, «Twitter-революція» (Twitter Revolution), а слідом за нею – «блогерна революція» [38]. Віртуальна соціальна мережа – це веб-сайт, за допомогою якого люди встановлюють і підтримують соціальні контакти в режимі он-лайн. Така мережа надає практично повний спектр можливостей для спілкування та обміну інформацією (обмін фото, відео, участь у спільнотах тощо). Соціальна мережа є Інтернет-співтовариством користувачів, об'єднаних за будь-якою ознакою на базі одного сайту, який і називається в цьому випадку соціальною мережею. Іншими словами, соціальна мережа у всесвітній павутині будується на тих же принципах, що і в реальному світі, але відрізняється від реальних людських спільнот тим, що у функціонуванні мережі не має значення географічне розташування учасників. Користувачі отримують потрібну інформацію від інших учасників соціальної мережі, а також конкретну соціальну вигоду від віртуальних контактів (співпричетність, самоідентифікація, соціальне ототожнення, соціальна залученість тощо) [81, с. 241]. У світовому вимірі до соціальних мереж долучено більше 70 % всіх Інтернет-користувачів; зареєстровано понад 5,7 млрд профілів по всьому світу. Така популярність соціальних мереж вражає. Вони отримали навіть «благословення» від Папи Римського Бенедикта XVI, котрий заявив, що «соціальні мережі можуть зміцнювати зв'язки між людьми та сприяти гармонійним стосункам у родинях», і сам зареєструвався у мережах Twitter та Facebook. До 47-го Всесвітнього Дня

суспільних комунікації (січень, 2013 р.) Бенедикт XVI навіть звернувся до вірян із посланням, епіграфом до якого слугували слова : «Соціальні мережі: портали істини і віри; нові простори для євангелізації».

Важко визначити динамічно змінювану кількість користувачів певних мереж – різні джерела наводять дещо відмінні кількісні дані. Окрім того, один користувач може створити кілька облікових записів. Нині зареєстровано понад 30 млн українських акаунтів. Станом на середину 2014 р. найбільше українці користувалися соціальною мережею «Вконтакте» – близько 20 млн користувачів; мережею «Однокласники» – близько 8 млн українців, Facebook – близько 2 млн та LiveJournal – 0,4 млн. Платформа мікроблогів Twitter нараховує понад 300 тис. облікових записів українців. У чотирьох найпопулярніших соціальних мережах – Facebook, Twitter, «Вконтакте» та «Однокласники» – зареєстровано понад 40 млн українських акаунтів. Найактивнішими є українці віком від 16-24 років, у наступних за віковим зростанням групах – по низхідній.

Але ці показники з різних причин швидко видозмінюються. Звернемося до даних 2015 року щодо України : зростає кількість користувачів Twitter та Instagram (Twitter – частка аудиторії в Україні, протягом року (2014), зросла на 56 %; Facebook – із 2013 році аудиторія зросла на 9 %, а станом на лютий 2015 р. соціальну мережу відвідали 38 % української аудиторії, є зростання на 17 %; Instagram у 2014 р. привернув вдвічі більше користувачів в Україні (7 % у 2014 р., 4 % – у 2013 р.) [18]. Станом на вересень 2015 року кількість українських користувачів соціальної мережі Facebook становить 4,5 млн (у вересні 2014 було 3,5 млн); аудиторія Facebook в Україні вже третій рік поспіль приростає стабільно на 25-30% [51].

Досліджень впливу соціальних мереж на формування соціального капіталу небагато; усі вони вкрай суперечливо оцінюють вплив мережі Інтернет і, зокрема, внесок соціальних мереж у формування соціального капіталу індивіда. З початку 1990-х років багато дослідників доводили, що

надмірна залученість людини у віртуальний простір і спілкування у соціальних мережах сприяє її відчуженню від реального суспільного та політичного життя, а відтак, знижує її соціальний капітал. Стверджується, що Інтернет замінює сильні зв'язки віртуальними слабкими зв'язками. Дж. Каммінгс, Б. Батлер, Р. Краут, негативно оцінюючи участь соціальних мереж у формуванні соціального капіталу, аргументують, що їх використання шкодить реальному спілкуванню, а популярність віртуального спілкування пов'язана зі збільшеною відчуженістю індивіда від суспільства.

Поширення мережевої форми комунікації сьогодні відіграє дедалі більшу роль у політиці. Питання не тільки в технічному привнесенні нових інформаційних технологій із бізнесу в державне управління і некомерційний сектор, а перш за все – у формуванні та розвитку культури мережевої взаємодії.

Роль нових форм комунікації, зокрема, соціальних медіа дебатуються експертним середовищем. Відомий «кіберскептик» професор Стенфордського університету, публіцист Є. Морозов заперечує, що свобода в Інтернеті робить нас вільними, а соціальні мережі можуть бути колективними пропагандистами й організаторами борців із авторитаризмом. На думку дослідника, свобода інформації в Інтернеті не сприяє поваленню недемократичних режимів, а навпаки робить ці режими сильнішими. Тих, хто вірить у всесилля мережі, Є. Морозов називає кіберутопістами, а їх віру – згубною, бо лібералізація не можлива тільки за наявності Інтернету та диванного революціонерства. Звернемо увагу, що книга «Інтернет як ілюзія» (2010) була написана автором ще до «Арабської весни», але й сьогоденні публікації автора не свідчать про зміну його наукової позиції.

Є. Морозов – не єдиний «кіберскептик». Професор Нью-Йоркського університету Дж. Розен піднімає проблему надійності джерел інформації через спотворення інформації усіма учасниками революційних подій. М. Гледвел у статті «Невеликі зміни : чому революції не будуть твіттеритися»

(2010), стверджував, що соціальні медіа не здатні спричинити соціально-політичні зміни. Його підтримав соціолог З. Туфекці, який вважає, що соціальні медіа безпосередньо не спричиняють революції, але сприяють швидкому встановленню мережевих зв'язків [69].

Авторам, які доводять негативний вплив соціальних мереж на соціальний капітал, опонують ті, хто вважають, що віртуальні соціальні мережі – незамінні помічники у підтримці старих і формуванні нових зв'язків. Зв'язки через соціальні мережі дійсно допомагають у різних сферах життя індивіда, зокрема, у працевлаштуванні. Тому, погоджуючись із думкою, що соціальні мережі формують слабкі зв'язки, можна говорити про їх безсумнівний внесок у соціальний капітал індивіда. Зокрема, Б. Веллман стверджує, що участь у віртуальних соціальних мережах підвищує соціальний капітал індивіда, бо формуються слабкі зв'язки, які виникають при використанні віртуальних соціальних мереж, а як результат – не лише підтримуються існуючі соціальні зв'язки, а й формуються нові. Також соціальні мережі розглядаються як альтернативний шлях підтримки відносин із людьми, що мають схожі інтереси та цілі; віртуальні соціальні мережі можуть бути корисними для тих, хто відчуває складнощі у безпосередньому спілкуванні. Участь у віртуальних соціальних мережах позитивно впливає на ступінь довіри індивіда суспільству й активність його участі в суспільному житті. Крім того, такі дослідження показують, що чим більше часу люди проводять у мережі, тим більшими соціальними контактами володіють, відповідно, тим вищий рівень їх соціального капіталу (Ф. Боас). К. Хамптон і Б. Веллман, вивчаючи деякі спільноти, зв'язок у яких підкріплений он-лайн-комунікаціями, зробили висновок, що в таких групах значно вищий рівень згуртованості, взаємодії та вищий соціальний капітал. Таким чином, реальні взаємини, підкріплені он-лайн-контактами, стають ґрунтовнішими та тривалішими. К. Хамптон і Б. Веллман стверджують, що он-лайн-спілкування здатне замінити реальні зв'язки. Поширена думка, що участь у

соціальних мережах значно підвищує рівень задоволення життям. Не випадково цей показник був включений у дослідження, зокрема, С. Валенсуелли, Н. Парка, К. Кії [236].

Ми цілком погоджуємося з Є. Ланюком, який вказує на два парадокси щодо ролі соціальних мереж: 1) парадокс водночас «гальмуючої і каталізуючої ролі» соціальних мереж в мобілізації політичної активності мас; 2) парадокс, який полягає в етичній площині, адже засіб, який використовують борці за свободу проти диктатури, може бути не менш успішно використаний і з протилежною метою – посіяти паніку, безчинства та розгул криміналу [69]. Прикладів як першого, так і другого є достатньо: низка «кольорових» революцій, заворушення у Великій Британії (серпень 2011 року) та ін.

Соціальні медіа не просто інформують (порівняно вужчу, аніж традиційні медіа аудиторію), а соціально-психологічно впливають на споживачів інформації. Вони створюють «гіперреальність» (Ж. Бодріяр), перетворюють політику у медіа-процес, віртуалізують політичний простір; створюють нові форми комунікації у сфері публічної влади.

Таким чином, віртуальні соціальні мережі неоднозначно оцінені дослідницьким середовищем. Їх внесок у приріст соціального капіталу індивіда, вплив на соціальний капітал вкрай дискусійний. Проте однозначним є висновок, що результатом прискореної інформатизації та появи нових засобів комунікації є зміна соціальної структури суспільства. Використання нових засобів комунікації істотно знижує витрати передачі інформації, забезпечуючи можливість спілкування «усіх з усіма». Розвиток Інтернет-технологій за рахунок зниження витрат і зміни характеру комунікацій значно розширює первинну зону спілкування практично кожного користувача, тим самим підвищуючи його «особистий» соціальний капітал, що розглядається як можливість використання нових контактів у власних цілях.

Саме за допомогою функціонування віртуальної соціальної мережі відбувається накопичення та використання соціального капіталу. Погоджуємося з науковим підходом О. Лещенка, на думку якого, сам факт існування такої мережі викликаний потребою набутти соціальний капітал, який «зумовлює форми мережевої комунікації, позаяк потреби, цілі та мотиви учасників комунікації впливають на її інформаційний напрямок» [81, с. 243]. Головною цінністю у таких мережах виступає само по собі «спонтанне спілкування», що підтримує сукупність слабких зв'язків. Соціальний капітал значно сприяє досягненню цілей (індивідуальних і групових). Тобто, соціальний капітал ґрунтується на цінності, якою соціальна мережа є для її учасників, бо через цю структуру вони досягають своїх цілей [81, с. 243].

Мережа – це завжди конгломерати об'єктів, це взаємодія між ними за допомогою повідомлень. Сучасна мережа – це динамічна система, сенсом існування якої є комунікація. У ході комунікації мережею передається інформація, яка стає самостійною реальністю, що передуює смисловим навантаженням [13, с. 239]. Мережа здатна охоплювати весь світ, використовуючи механізми міжособистісної комунікації. Мережа дає можливість фрагментувати комунікацію, адаптуючи її під фізіологічні умови людського існування: існуючи в континуумі часу та простору, що став щільним і замкнутим, мережа залишає відкритими горизонти і проекції комунікації. Головним чинником об'єднання користувачів у соціальну мережу є яка-небудь їх спільність – фінансове становище, стать, приналежність до тієї чи іншої раси, національності, віросповідання, професії і так далі. Хоча протягом останнього десятиліття найбільш масштабні соціальні мережі об'єднують людей, котрі просто користуються Інтернетом. Ми говоримо тут про мережі, які об'єднують людей різного віку, професій, фінансового становища, звичок і так далі. Такою є соціальна мережа в сучасному її розумінні.

Соціальні мережі виконують всі функції засобів масових комунікацій. За критерієм періодичності, доступності, фінансовому критерію мережева комунікація є найбільш ефективною в сучасному комунікативному просторі. Традиційні засоби масової комунікації виступають в якості центрів, спочатку акумулюють інформацію, потім її сортують і розповсюджують. Соціальні ж мережі характеризуються потенційно нескінченним числом незалежних центрів акумуляції і поширення інформації, що визначає її глобальність, демократичність, але й безконтрольність. Ці характеристики закладають нові смислові конструкти в організації комунікативного простору сучасного суспільства [82]. Віртуальний інформаційний простір дедалі більшою мірою перетинається з реальним, соціальним простором; мережеве життя перетворюється на значиме соціальне явище, що помітно впливає на життя суспільства [37, с. 4].

Однією з найважливіших характеристик суспільства нового типу є зникнення територіальності (локальності) як виняткової (єдиної) підстави людської комунікації. За словами Б. Уеллмана, «little boxes communities», що є щільно пов'язаними спільнотами людей, соціально та когнітивно інкапсульованими в гомогенні групи людей, які живуть поруч одні з одними, в основі взаємодії яких лежить «door-to-door» – комунікація, яка перетворилася на «glocalized networks» – «глокальні мережі» (глокалізація як комбінація глибоких локальних і широких глобальних взаємодій) із характерною для них «place-to-place» комунікацією і «networked individualism» – («мережовим індивідуалізмом») із «person-to-person» (від людини до людини) комунікацією.

Із огляду на стирання територіальних кордонів у соціальній взаємодії, у комунікації на перший план виходить індивідуальний інтерес, а не приналежність до того чи іншого співтовариства, що знаходиться на певній території. У цілому, характер соціальних зв'язків людей має виразний тренд переходу до слабших, але більш різноманітних і комплексних соціальних

зв'язків, які можуть виступати як засоби отримання інформації, спілкування, громадянської участі, швидкої мобілізації, як ділові контакти тощо. Більшість подібних слабких зв'язків не залежать від просторової близькості та повинні забезпечуватися засобами комунікації. Зауважимо, на нашу думку, роль нових форм комунікації зростає з огляду на процеси детериторіалізації – принципової трансформації стосунків між місцем, де ми фізично живемо, і нашими культурними, соціальними практиками, досвідом та ідентичністю; фактично відбувається відмова від будь-яких ліній демаркації просторового середовища. Як слушно підкреслив Дж. Шольте, «глобальний простір позбавлений місця, дистанції і кордонів – і в цьому сенсі є «надтериторіальним». У глобальних відносинах люди взаємопов'язані не залежно від місцязнаходження. ... Глобальні відносини таким чином формують поза–, екстра–, пост–, над– територіальний аспект світової системи. У глобальній сфері кордони не є перешкодою і дистанція долається практично миттєво» [228, с. 567]. Отже, втрачається «прив'язка» соціальних процесів до фізичного простору, в якому перебуває особа. Ці тенденції аргументовано доводить А. Аппадурі (стаття «Роз'єднання і відмінність в глобальній культур-економіці» (1990) [189] та наступна книга «Сучасність у повний зріст: Культурні виміри глобалізації» (1996), де започатковано нове наукове осмислення простору в контексті аналізу глобалізаційних перетворень. У сучасних умовах намітився вихід політичних процесів за межі усталених локальних форм, а також освоєння віртуальних територій за допомогою електронних засобів комунікації (Інтернету).

Таким чином, одним із ключових трендів сучасності є індивідуалізація соціальних зв'язків, які виражаються через складну структуру егоцентричних соціальних мереж. Велику роль у формуванні та підтримці такої форми соціальності відіграє Інтернет і створення віртуальних соціальних мереж. Їх розвитку сприяло масове включення людей у соціальні мережі та становлення корпоративної й професійної мережевої комунікації. Позаяк

люди стали об'єднуватися на основі спільних інтересів, з'явилися «діяльнісні спільноти» («communities of practice») – спеціальним чином організовані в мережі об'єднання людей, націлені на вирішення певної проблеми, взаємодія яких заснована на принципі масової співпраці.

Он-лайнкові соціальні мережі, як принципово новий різновид громадянських політичних комунікацій, є чинником соціалізації особистості у глобальному інформаційному суспільстві. Із цим чинником необхідно рахуватися усім іншим соціальним інститутам, відповідальним за громадянську соціалізацію особистості (сім'ї, школі, традиційним медіа, політичних партіям та громадським організаціям), які повинні враховувати та засвоювати характерні особливості соціальних мереж та органічно поєднувати традиційні форми політичної соціалізації (політичної участі) з новими – он-лайнковими, не підмінюючи при цьому реальну політичну участь громадянина віртуальною участю. Разом із тим, нинішні «стверджувальні» форми соціально-політичного інжинірингу значною мірою спрямовані на перетворення віртуального світу на реальний [37, с. 21].

Мережеве суспільство як якісно новий тип громадянського суспільства, породжений інформаційно-комунікаційною революцією, спричинило до масових політичних рухів, ініційованих соціальними мережами. Мережа перетворилася на інструмент соціально-політичної революційної дії, принципово відмінної від простого реагування на повідомлення медіа (месиджі) чи участі у створенні інформаційного потоку. Усі сфери політико-культурного життя повинні змінювати форми політичної участі з врахуванням вимог Мережі та мобільних інформаційно-комунікаційних стандартів [37, с. 21].

Велика заслуга у виникненні нового виду соціальної взаємодії належить розвитку Інтернет-технологій (систем Веб 2.0 і Веб 3.0) – із пасивних слухачів і спостерігачів користувачі перетворилися на активних учасників, здатних самотійно генерувати контент через блоги, wiki,

соціальні мережі, а також створювати контент і сервіси колективно. Така соціальна взаємодія побудована на нефінансовій мотивації та пов'язана з рухом і взаємною конвертацією інших типів капіталу (соціального, культурного, фінансового, символічного). Некомерційна соціальна (громадська) активність людей говорить про появу нового типу соціальної взаємодії – колективної, що володіє дуже великим потенціалом.

Дуже поширеною є думка, що соціальні мережі у сучасному світі через вільний обмін думками сприяють формуванню справжньої демократії та відкритого громадянського суспільства, роблять людину більш відповідальною за суспільство. Останні роки багато говорять про використання соціальних мереж як потужного інструменту об'єднання людей з метою їх участі в масових акціях для зміни економічної політики держав або усього державного устрою. Такий приклад маємо в республіці Белорусь, де створено рух, який так і називається «Революція через соціальні мережі». Інші приклади наводить М. Грегем, професор Вестмінстерського університету у Лондоні, який вважає, що «соціальні мережі почали грати ключову роль у великій політиці за останні кілька років, наприклад, під час виборів в Італії, Ірані у 2009 році, під час руху «Захопи Уолл-Стріт» чи подій «Арабської весни» [105]. Поняття «Twitter Revolution» відносять до різних революцій і протестів, які координувалися соціальними мережами : протести у Кишиневі (2009 р.), акції протесту в Ірані (2009 р.), революції в Тунісі (2010-2011 рр.) і Єгипті (2011 р.) та ін.

Ще під час Податкового майдану (2010 р., грудень) українці вперше масово апробували такий вид інформації, як жива Інтернет-трансляція з місця події (стрім-трансляція). Відео транслювалося не лише зі статичної камери, а й тоді, коли мітинг рушив до Банкової – відео фактично переносило Інтернет-глядачів усередину мітингу [170, с. 69]. Помаранчева революція (2004 р.) і Революція гідності (2013-2014 рр.) відрізняються за роллю Інтернету : у 2004 р. Інтернет був рупором і платформою для інформування прихильників і

противників протесту, але не засобом згуртування величезної спільноти; у 2014 р. кіберпростір став не лише засобом миттєвого інформування, але інструментом узгодження, координації дій між протестантами, розрізненими насамперед у просторі. Інтернет періоду Революції гідності став основою самоорганізації громадян у групах – різних за завданнями та кількістю учасників, а соціальні мережі стали найоперативнішим джерелом інформації про події на Майдані та Антимайдані.

Прикладів використання соціальних мереж під час масових акцій є чимало за останнє десятиліття. Так, 06-12.08.2011 р. під час «BlackBerry-бунту» (Велика Британія) усіма основними учасниками (мародерами, громадянами та поліцією) активно використовувалися сучасні інформаційні технології (мобільний зв'язок, соціальні мережі усіх типів). Facebook, Twitter (як соціальні мережі середнього класу, більш освічених користувачів) більше допомогли саме поліції та тим громадянам, які намагались самоорганізуватись для протидії мародерам. Вони виступили, в даному випадку, швидше як контрреволюційні мережі щодо погромників, допомагаючи поліції у пошуку злочинців та забезпечуючи координацію для тих, хто вирішив об'єднуватись в групи самооборони. Наприклад, анонімний блог Catch A Looter («Спіймай мародера») публікував фотозображення тих, хто був помічений у мародерстві. Через соціальні мережі координували свої дії самоорганізовані загони оборони. Можна провести аналогії з вітчизняними реаліями [170, с. 69]. Наприклад, після «Ночі гніву» у Львові (18-19.02.2014 р.; захоплення усіх адміністративних будівель міста, які уособлювали тогочасний режим) й аналогічних подій у багатьох містах України, ті, хто був свідомий загроз анархії, самоорганізувавшись через соціальні мережі, забезпечувати порядок у своїх містах : сформовані (часто за посередництва органів місцевого самоврядування) загони народної самооборони тимчасово замінили органи правопорядку й ефективно забезпечували його; після погромів силами волонтерів-добровольців було

організовано акції «Прибери своє місто». Усі дії були спрямовані на недопущення безладів, для чого тисячі добровольців були організовані у піші, автомобільні та велопатрулі. Велику роль у координації людських ресурсів у цих стихійних, динамічних процесах відіграли саме соціальні мережі, як координуючі центри.

Інтернет-комунікація в останні роки наштовхувалася на неодноразові спроби обмеження, контролю з боку влади. Наприклад, 21 березня 2014 року влада Туреччини після хвилі корупційних скандалів закрила доступ до соціальної мережі Twitter на території країни після погроз на адресу цього сервісу з боку прем'єр-міністра країни Реджепа Тайіпа Ердогана. Таке рішення було прийнято турецьким Інтернет-регулятором Communication Technologies Institution після відповідного припису суду та постанови прокуратури. Однак турецькі користувачі Twitter негайно почали обходити блокування Twitter. Раніше Ердоган заявив про наміри «викорінити Twitter» і додав, що у турецької влади тепер є відповідна санкція суду. Крім цього, в березні 2014 року турецький прем'єр заявив, що мешканцям Туреччини можуть заборонити користуватися сайтом YouTube і соціальною мережею Facebook. Турецький прем'єр Реджеп Таїп Ердоган заявив, що уряд може піддавати цензурі Інтернет і блокувати соціальні мережі. Саме таким чином намагаються приборкати хвилю звинувачень у корупції в Туреччині.

Влада Ісламської Республіки Іран обмежила доступ громадян до соціальних мереж після того, як навесні 2009 року опозиціонери використовували Twitter і Facebook для організації антиурядових мітингів; після того як уряд придушив заворушення, прямий доступ до соціальних мереж було закрито (відновлений у вересні 2013 року; користувачі порівнювали рішення про розблокування доступу з падінням Берлінської стіни).

Невиключено, що у Російській Федерації соціальні мережі Skype, Facebook, Gmail і Twitter у перспективі можуть припинити свою роботу.

«Антитерористичний пакет законів», прийнятий у квітні 2014 року Державною Думою Російської Федерації, зобов'язує соціальні мережі та сервіси, що передають миттєві повідомлення, зберігати листування користувачів протягом шести місяців. Таку вимушену «взаємодію» соціальних мереж із російською Федеральною службою безпеки Російської Федерації (ФСБ) можна кваліфікувати як обмеження конституційно гарантованого права на свободу слова. Станом на вересень-жовтень 2015 р. уже можна констатувати появу у російському суспільстві самоцензури – а це є практичним політичним механізмом недопущення накопичення соціального капіталу. Втім, на думку держави (Російської Федерації, йдеться не про ущемлення прав людини, а про надання суспільству та особі послуги щодо захисту від шкідливого та незаконного контенту.

Незважаючи на антидемократичні протидії з боку окремих авторитарних і тоталітарних режимів, Інтернет менше, ніж за десятиліття перетворився в середовище, в якому не лише здійснюються міжособистісні взаємодії, а й активно ведеться соціально-політична діяльність. Інформаційні можливості Інтернету при правильному застосуванні в поширенні потрібної інформації можуть залучити громадян до віртуальної і, що важливо, реальної політичної та громадянської участі. Підтвердженням значимості впливу соціальних мереж на активізацію громади було ухвалення 16.01.2014 р. Верховною Радою України законопроекту № 38931 «Про додаткові заходи стосовно впорядкування активності громадян у соціальних мережах» (скасований парламентом 28.02.2014 р.) [46]. Закон приймався «з метою запобігання неконтрольованому поширенню екстремістської інформації та відомостей, що ображають честь і гідність представників влади, держслужбовців та працівників правоохоронних органів», для чого вводилося обмеження на кількість друзів у соціальних мережах (не більше п'яти; більше – за умови отримання ліцензії у дозвільній системі МВС); санкція до порушників – штраф у 50 неоподаткованих мінімумів або громадські роботи

терміном від 10 до 15 днів. Таке заплановане обмеження не було вітчизняною правовою новацією, як свідчать вищенаведені приклади щодо спроб провладного контролю за Інтернет-комунікацією в інших державах.

Поява цього одіозного закону (названого згодом одним із «диктаторських») в Україні свідчила, що соціальні мережі усе ж розглядалися владою як каталізатор (один із каталізаторів) подій на Євромайдані, позаяк через них швидко об'єднувалися однодумці, все відбувалося в режимі реального часу. Для українського суспільства соціальні мережі нині є важливим інструментом для об'єднання, для поширення інформації та озвучення плану змін. Соціальні мережі виступили і як глобальний спосіб комунікації, де найшвидше поширюються новини, і як локальна мережа спілкування людей.

Проте одночасно дослідницька спільнота задається питанням: чи не веде все це насправді до побудови віртуального громадянського суспільства, яке ніяким чином не впливає на реальне життя? Все частіше лунає думка про те, що соціальні мережі покликані перетворити людей на слухняних роботів, які живуть віртуальним життям. Незважаючи на слушність таких гіпотез, неможливо відкидати той факт, що Інтернет сьогодні видозмінює політичний процес, модифікує функціонування демократії, дозволяє виносити ідеї окремої особи на загальне обговорення, а соціальні мережі видозмінюють політичний ландшафт світу.

При оцінці сили впливу Інтернет-комунікації необхідно виходити з того, що для отримання політичної інформації українці сьогодні з різних причин усе ж віддають перевагу здебільшого телебаченню або друкованим ЗМІ. Але виходячи з постійного зростання кількості активних українських Інтернет-користувачів, із кожним днем роль мережі Інтернет буде лише зростати. Принаймні, українські політики активно освоюють Інтернет, багато з них є активними Twitter– і Facebook-користувачами. Наприклад, на кінець листопада 2014 р. лідерами за кількістю читачів сторінок у Facebook серед

українських політиків були А. Яценюк (297 тис. користувачів мережі), П. Порошенко (273 тис.), А. Аваков (249 тис.), О. Ляшко (169 тис.) та ін. Тепер простежимо в динаміці (станом на 01.10.2015 р.) : А. Яценюк (345 тис. користувачів мережі), П. Порошенко (396 тис.), А. Аваков (336 тис.), О. Ляшко (183 тис.) – приріст аж ніяк не є свідченням зростання рейтингу довіри до згаданих політиків, а фіксує Інтернет-інтерес, зростання персональної зацікавленості користувачів перебігом політичних процесів.

Українці активно використовують соціальні мережі для впливу як усередині країни, такі і поза на світову громадськість. Кілька прикладів, які були ініційовані дипломатами та підтримані громадськістю :

1) напередодні червневого (2014 р.) саміту НАТО МЗС України на своєму сайті звернулося до українців приєднатися до tweets-storm за хештегом #StopRussianAggression у Facebook та Twitter; ситуація в Україні у такий додатковий спосіб виводилася на світовий рівень і стимулювалося міжнародне обговорення проблеми;

2) 08.09.2015 р. МЗС України провело міжнародну онлайн-акцію на підтримку незаконно ув'язнених українців у Росії. Всі українські дипломатичні установи оновили титульні фото своїх сторінок у соціальних мережах, розмістивши на їхньому місці зображення кінорежисера О. Сенцова та активіста О. Кольченка. Паралельно з цим зовнішньополітичне відомство ініціювало хештег-шторм із закликом звільнити українських політв'язнів. Дипломати закликали міжнародні організації та дипломатів інших країн, а разом із ними всіх небайдужих взяти участь в акції у соціальних мережах. МЗС закликав використовувати в соцмережах хештеги : #LetMyPeopleGo, #FreeSavchenko, #FreeSentsov, #FreeKolchenko [8].

Названі приклади є проявами так званої «Твіттер-дипломатії» – «форми дипломатії, що використовує сучасні технології та інформаційні мережі для вирішення зовнішньополітичних завдань. Такий формат відрізняється від традиційної дипломатії переважно тим, що використовує

соціальні мережі (Facebook і Twitter), програмне забезпечення для Інтернет-телефонії (Skype) та відеоканали (Youtube)» [17, с. 382]. М. Трофименко слушно наголошує на потребі дипломатів залучати громадськість на свою сторону в умовах миттєвого розповсюдження як інформації, так і дезінформації; публічна дипломатія набула ще однієї, новітньої форми – «твіпломасі» та посадовців-«твіпломатів» [154, с. 380; 155, с. 381].

Хоча про роль Facebook, Twitter та Youtube у соціально-політичних подіях XXI ст. дослідники продовжують сперечатися, думки варіюються у діапазоні від визнання за соціальними медіа вирішальної ролі у так званих «Революції 2.0» до трактування їх як лише «одного з» чинників, але їх поява свідчить про перехід до нової форми активізації соціального капіталу у XXI столітті.

Висновки до розділу 3.

Одним із найдієвіших механізмів нарощування соціального капіталу є комунікація, яка об'єднує великий людський колектив, перетворюючи його на діяльну спільноту. Комунікації виступають інтегральним політичним інструментом для забезпечення швидкої адаптації політичної системи до динамічних змін. Соціальний капітал накопичується у процесі комунікації шляхом освоєння політичного досвіду, коли відбираються певні зразки та цінностей, формується політична культура, з'являються нові соціальні норми та стереотипи, які Від якості комунікативного дискурсу всистемі «суспільство — влада» залежить ефективність політичної модернізації. Швидкі зміни інформаційних технологій ставлять перед суб'єктами політики завдання формувати нові інформаційні середовища, спільноти та мережі. Соціальний капітал необхідно нарощувати шляхом збільшення ефективності комунікативних практик, коли технічно грамотні суб'єкти політики переходять на сучасні технології та новітні формати спілкування із

громадськістю. Сучасні підходи до форми комунікації держави та громадськості створюють передумови розвитку інститутів і організацій громадянського суспільства, сприяють ефективному накопиченню соціального капіталу. Розвиток Інтернет-технологій за рахунок зниження витрат і зміни характеру комунікацій значно розширює первинну зону практично кожного користувача, сприяючи росту персонального соціального капіталу. Важливим завданням є цілеспрямоване конструювання спеціальних мережових організацій, які мають забезпечити вищу ефективність міжособистісних взаємодій, аніж доволі стихійні Інтернет-механізмами (онлайн-конференціями, чатами, списками розсилки, веб-форумами та под.). Це актуалізує питання формування та розвитку культури мережевої взаємодії, а не лише технічного привнесення нових інформаційних технологій із бізнесу в державне управління і некомерційний сектор.

Однією з тенденцій сьогодення є породжена глобалізацією детериторіалізація; соціальні контакти особи значно розширилися, а значна їх частина віртуалізована. Технічний прогрес у сучасному інформаційному суспільстві створив принципово нову ситуацію у політичному спілкуванні. Широкий розвиток засобів комунікації пов'язаний із появою та поширенням віртуальних соціальних мереж. Такі мережі займають все більше місце в житті сучасного користувача Інтернет, при цьому кількість мереж неухильно зростає, вони долучаються до формування соціального капіталу. Віртуальна соціальна мережа надає практично повний спектр можливостей для спілкування та обміну інформацією, що уможливило «Twitter-революції», «блогерні революції» і под. У той же час критики Інтернет-комунікації звертають увагу, що надмірна залученість людини у віртуальний простір і спілкування у соціальних мережах сприяє її відчуженню від реального суспільного та політичного життя, а відтак знижує її соціальний капітал. На нашу думку, соціальні мережі зміцнюють зв'язки між людьми, активізують їх контакти, пришвидшують їх взаємодію, оперативно згуртовують та

мобілізують учасників мережі на участь у певному проекті, у тому числі соціально-політичному.

Незважаючи на дискусійність значимості соціальних мереж у приріст соціального капіталу індивіда, зауважимо: розвиток Інтернет-технологій за рахунок зниження витрат і зміни характеру комунікацій значно розширює первинну зону спілкування громадянина-користувача. Цим підвищується його «особистий» соціальний капітал. он-лайнкові соціальні мережі як принципово новий різновид громадянських політичних комунікацій є чинником соціалізації особистості у глобальному інформаційному суспільстві. Координація (чи принаймні зародження ідеї) «кольорових» революцій здійснювалася через соціальні мережі. Підтвердженням значимості впливу соціальних мереж на активізацію громади є ухвалення дискримінаційних законів чи закриття доступів до соціальних мереж (Україна, січень 2014 року; Туреччина, березень 2014 року; Російська Федерація, квітень 2014 року та под.).

РОЗДІЛ 4

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЧЕРЕЗ СПІВПРАЦЮ «ОСОБА – ГРОМАДА – БІЗНЕС – ВЛАДА»

4.1. Особливості процесу формування соціального капіталу в Україні.

У нашій країні «соціальний» найчастіше асоціюється з дотаційним, витратним, пасивним. Це суперечить змісту соціального капіталу, покликаного сприяти активізації людських ресурсів, їх переходу зі стану об'єкта в суб'єкт впливу. Втім, не варто стверджувати про зникнення соціального капіталу в Україні, бо правомочним є лише висновок про його недостатній рівень відносно високорозвинутих країн. Адже усі суспільства мають певний запас соціального капіталу; питання полягає в тому, наскільки потужним він є. Реалії свідчать, що суспільства мають неоднаковий «радіус довіри» через різну історичну, культурну та релігійну спадщину. Українське суспільство ще й досі є «антимодерним» (Р. Роуз) [226], оскільки в ньому ще не сформувалась система ефективних горизонтальних суспільних зв'язків, які забезпечують успішну соціальну взаємодію. Витоки такої ситуації слід шукати ще в суспільних відносинах радянських часів.

За тривалого панування тоталітарної системи не було створено належних умов для перетворення потенційних можливостей якісного розвитку населення в реальні, оскільки призначення людини вбачалось лише у використанні її робочої сили. У колишньому СРСР влада чітко визначала ідеали, до яких потрібно було прагнути, однак система реальних суспільних відносин впливала сильніше, ніж проголошувані ідеали. Особиста ініціатива у всіх сферах була підпорядкована контролю з боку держави; суб'єкти суспільного життя мали право на існування духовних запитів і потреб та їх задоволення тільки тією мірою, яку дозволяла офіційна ідеологія.

У радянські часи, незважаючи на проголошення народовладдя, відкритого громадянського суспільства не існувало, оскільки мотивація до створення громадських об'єднань і спільнот та участі в них має бути зумовлена внутрішніми нормами, а не нав'язуватися зовні. У СРСР держава повністю контролювала та підкорила собі надто слабо розвинуте громадянське суспільство.

Горизонтальні зв'язки між індивідами були замінені на строго ієрархічні вертикальні зв'язки по лінії «партія – держава» [161, с. 8-9]. Хоча радянська влада знайшла замітники громадянського суспільства у вигляді комуністичної партії, комсомолу та піонерської організації, їх завдання вбачалося лише в підтримці політики влади та контролі за діяльністю громадян. Роль профспілок та інших об'єднань була надто формальною, щоб захищати реальні інтереси громадян і вирішувати нагальні проблеми. Вступ до багатьох громадських організацій був фактично примусовим, а участь у них – лише імітацією громадської роботи. Будь-які прояви громадянської активності, що суперечили офіційній ідеології, жорстко придушувались, оскільки розглядались як загроза існуючій владі. Формально задекларована, але реально не підкріплена співучасть громадян у місцевій політиці та прийнятті рішень, відсутність реального публічного обговорення назрілих проблем сформували пасивність та байдужість радянських людей до громадської сфери. Водночас варто зазначити, що активна пропаганда колективістських цінностей, їх пріоритету над індивідуальними цінностями певним чином сприяла формуванню атмосфери міжособистісної довіри, проте про формування прозорих довірчих відносин у суспільстві та відкритий діалог між владою та громадою не йшлося.

У цьому причина доволі ситуативної ролі громадських організацій в українському суспільстві. Комуністичний режим, викорінюючи будь-яку можливість прояву опозиції, винищив усі форми громадської ініціативи, які базувалися на самоорганізації – профспілки, творчі об'єднання, кооперативи,

громадські організації, місцеве самоуправління були одержавлені. Був винищений і дух, і досвід такої народної самодіяльності. З цього приводу, Р. Патмен стверджував, що формування соціального капіталу передбачає певну сталість громадянських традицій, яка в нашому суспільстві є проблематичною. Оскільки 80 років імітації соціальної активності, штучних громадських організацій відбили у людей бажання чи навіть сформулювали відразу до публічної активності на рівні участі в громадських організаціях. Сьогодні теоретики та практики говорять про те, що не обов'язково бути членом громадської організації, тобто, членство – це певна формалізація громадської участі. Є навіть термін «зсунуте залучення» – стихійне об'єднання людей для вирішення конкретних проблем на місцевому чи навіть на загальнонаціональному рівнях, для чого не треба бути членом якоїсь громадської організації. Цей показник традиційно відображається в багатьох звітах із досліджень розвитку громадянського суспільства.

Радянська тоталітарна система, задаючи певні алгоритми поведінки бюрократії, одночасно сформувала кастову закріпленість вищих класів і вибудувала систему з доволі жорсткою стратифікаційною ієрархією, в основу якої було покладено розподіл влади [67, с. 47]. Тому посада цінувалася у радянські часи значно більше, ніж рівень заробітної плати, оскільки приналежність до певних соціальних груп, насамперед до партійної номенклатури, давала змогу посідати привілейовані позиції щодо розподілу та забезпечення основними життєвими благами. У цих умовах важливого значення набули неформальні зв'язки та знайомства, клієнтелізм і «блат», тобто деструктивний запас соціального капіталу. «Блат» створював локальні мережі, що всередині мали доволі високий рівень довіри, але низький – поза її межами. Більшість проблем вирішувалися лише завдяки блату, а не державним інституціям. Це відкривало шлях до багатьох ресурсів, зокрема й таких, що мали вплив на формування стану здоров'я : поліпшення житлових умов, отримання дефіцитних товарів, кращі можливості лікування,

оздоровлення, харчування тощо. На позначення цього явища з'явився навіть термін-неолексема «кумівство» – надання родичам або знайомим посад незалежно від їхніх професійних здібностей [71, с. 449-450]. Попри жаргонний характер ця лексема укорінюється у політологічному дискурсі на позначення форми державної кадрової політики, особливо поширеної в Україні за часів президенства В. Ющенка, а згодом В. Януковича. Кількість родичів і близьких друзів на високих державних посадах часів В. Януковича була безпрецедентною, у той час як соціальний ліфт не піднімав справді кваліфікованих управлінців із творчим баченням державотворчих проблем.

У П. Бурд'є, як вже зазначалось, є поняття негативного соціального капіталу. Якщо суспільство тримається виключно на зв'язках – це негативний соціальний капітал. У такому суспільстві особисті якості, у тому числі професійні, ніякої ролі вже не відіграють. Це – трайбалізм, непотизм чи уже згадане кумівство. В Україні непотизм проявляється у процесі формування виборчих списків кандидатів на різних рівнях, виборів надання посад у чиновницьких структурах, бізнес-організаціях. Головна небезпека непотизму в тому, що людина обіймає нові посади або переваги не через високі фахові здібності, а внаслідок причетності до певного середовища. Ситуація з непотизмом довгі роки сприяла встановленню в Україні кланових відносин, адже представники різних політичних сил часто пов'язані родинними путами, що перетворює політичну систему на клубок заплутаних родинних взаємин, не сприяє ефективності представницьких інституцій.

Український соціум до потрясінь 2013-2014 рр. був організований саме за цим принципом, а особливо його верхній прошарок, зокрема про це свідчать родинні клани у списках політичних партій, економіко-політичні клани. З-поміж основних протестних вимог Революції гідності була ліквідація цієї тенденції, але, схоже, викорінити водночас «хронічну» суспільну недугу не вдається : тенденції кумівства простежуються й після Революції гідності. Цю верству навіть неправильно називати вищою; це

просто родичі («Сім'я»), які мають один єдиний ресурс – владу. Але цей ресурс в українському суспільстві працював як першорядний. У нашому випадку негативність їх капіталу нічим не компенсується, тому саме в тих «вищих» верствах найвідвертіше існує корупція й інші лихоманки, породжувані вседозволеністю. Навіть міжособистісні стосунки у них не регулюються загальноприйнятими етичними нормами. Насаджуваний зверху такий соціальний капітал робить людські відносини нелюдськими, навіть і неринковими. Це глобальна продажність і загальне беззаконня.

Економічний, соціальний розвиток процвітає в державі, коли її представники, корпоративний сектор і громадянське суспільство утворюють форум, на якому вони можуть визначати і здійснювати спільні цілі. Але якщо в суспільстві домінують принципи споживацтва, точиться боротьба за фізичне виживання, а до цього долучається брак здатності критично аналізувати бачене й почуте, коли процес раціонального мислення середньостатистичного громадянина країни брутально гальмує телебачення, інфіковане модифікованими вірусами, коли для молоді не запроваджують ефективні стимули до читання й навчання, то перспективи розвою соціального капіталу для українців невеликі.

Будь-який соціальний капітал ґрунтується на взаємодовірі, на суспільній довірі. Йдеться не лише про підприємницьку діяльність. Навіть окремі релігійні громади в Україні, на жаль, не працюють на консолідацію суспільства, української нації. У розколотому, інфікованому штамом недовіри суспільстві найлегше поглиблювати розбрат, відтак – ставити найризикованіші політичні й соціальні експерименти. Причини взаємної недовіри серед українців, безумовно, коріняться в трагічному минулому. Геноцид, учинений радянським режимом, породив серед членів українського суспільства прагнення до біологічного виживання будь-якою ціною. У результаті штучно прищеплена взаємна недовіра досі руйнує тисячі проектів

ділової співпраці між потенційними партнерами. Тим часом, за відсутності соціального капіталу, держава не здатна до розвитку, до модернізації.

Під час Помаранчевої революції звучали сподівання, що Майдан стане початком пробудження громадянського суспільства в Україні, стане початком становлення громадських ініціатив. Але цього не сталося, зросла профанація громадських ініціатив, більше набула практика найманої «ініціативи» – за гроші – у мітингах, пікетах, акціях протесту. Чимало громадських організацій здійснюють діяльність лише завдяки регулярному фінансуванню з боку іноземних фондів, аж ніяк не спираючись на власні сили – альтруїстичну самовіддачу громади.

Євромайдан сколихнув наступну хвилю активності та сподівань на зростання ролі громадського сектора, й чимало організацій від кінця 2013 року й упродовж усіх непростих подій 2014-2015 років показали себе активними організаторами, мобілізуючи на виконання поставлених завдань людські та фінансові ресурси, лобіюючи нагально необхідні державні рішення, домагаючись кадрових змін, пропагуючи соціально та політично значимі ідеї.

До подій кінця 2013-2015 років діагноз хворому українському суспільству поставлений чітко – зруйнований людський і соціальний капітал, нечисленність державницьки налаштованої еліти, моральний розклад проводу (депутатського корпусу), брак соціальної культури. Але вважаємо, що сьогодні вже втратили значимість дослідницькі висновки на взірець «українське суспільство не здатне до самоорганізації». Прикладами цього є безліч самоорганізаційних дій, починаючи від перших антиурядових акцій протесту наприкінці листопада 2013 р. на підтримку євроінтеграційного курсу.

Загалом готовність до взаємодопомоги – одна з характерних рис українського народу. Згадаємо народні повчальні приказки: «Як робить у купі, не болять у пупі», «Без толоки – як без руки», «Громада – великий

чоловік», «Де дружно, там і хлібно», «Що громада забажає, того і пан не поламає», «Добре тим живеться, де гуртом сіється і жнеться» та под. Або ж сучасніше – «В єдності – наша сила».

Взаємодопомога споконвіку засновувалася на відповідальності членів громади один за одного й є обов'язком кожного з них. Взаємодопомога проявлялася в різних сферах життя, наприклад, наділення збіднілих селян із общинних фондів, влаштування комор, де зберігалися спільні запаси продуктів, насіння тощо на випадок несприятливих обставин. Але з часом людина почала замикатися на власних потребах, і сьогодні міський житель здебільшого схильний покладатися лише на себе, а отже, не поспішає й пропонувати допомогу ближньому, проте в особливих ситуаціях урбанізований житель відкидає індивідуалізм, проявляючи жертівність (виділяючи свій час, кошти, інші ресурси), що неодноразово засвідчували події 2013-2015 років в Україні.

Соціальний капітал, на нашу думку, нарощується, якщо політичні ініціатива йде «знизу» й ефективно втілюється «вгорі». Політичний процес має зароджуватися саме на низовому рівні, щаблі небайдужої громади. Громадяни повинні мати реальні важелі (механізми) впливу на політичний процес – важливі для громади рішення мають ініціюватися, лобіюватися, контролюватися самою громадою, тобто політичний процес як багаторівневе явище має йти від суспільного рівня. Тут можна говорити про феномен «локальної демократії» – «рівень демократії, її реалізація в територіальній громаді, що передбачає інституційний порядок організації влади, який містить елементи самоорганізації, безпосередньої участі громадян у публічному житті й супроводжується процесами деконцентрації влади, створенням громадських ініціатив, спільним менеджментом і реалізацією проектів, що пов'язані з публічними благами» [14, с. 363]. На нашу думку, дієвими формами самоорганізації населення є будинкові, вуличні комітети, комітети самоорганізації населення мікрорайону міста.

Рецепт накопичення та зростання рівня соціального капіталу існує – відродження суспільної довіри серед українців – і не лише до влади, а насамперед один до одного. Йдеться про нагальне творення соціального капіталу, який з'єднує суспільство в одне ціле. Але яким чином компенсувати його нестачу? Щодо влади, то вона найперше має починати зі самої себе, на високому державному рівні демонструючи суспільству переконливі зразки взаємодовіри, взаємоповаги, взаєморозуміння, антикорупційність, недопустимість непотизму, вибіркового правосуддя тощо.

Погоджуємося із О. Сидорчук, яка називає основними чинниками дефіциту соціального капіталу в Україні такі: 1) культурно-історичний (відсутність розвинених громадянських традицій, розпад ціннісно-регулятивної системи суспільства і под.); 2) соціальний (несформований середній клас, який є основним соціальним носієм громадських чеснот, гарантом їх збереження та відтворення; 3) демографічний (депопуляція, старіння населення, неповні сім'ї тощо) [128, с. 9].

Спроби відродити соціальний капітал адміністративними методами не приносять успіху. Органи державного управління та місцевого самоврядування повинні зробити швидкі й ефективні кроки для відродження довіри. Цього можна досягти через зменшення протистояння між гілками влади, підвищення ефективності управління та досягнення відчутних економічних результатів, строге дотримання законів, прозору кадрову політику, радикальну боротьбу з корупцією, впровадження європейських стандартів захисту прав і свобод громадян і под. Соціальний капітал в Україні відроджується, але дуже повільно і сподіватися на його спонтанне відтворення не варто.

На думку Н. Пачевої, перед Україною стоїть завдання: задля підвищення рівня довіри до державних інститутів і в результаті збільшення соціальної мережі, а потім зростання соціального капіталу в країні, необхідно створювати дієві громадські організації, допомагати вже існуючим

недержавним організаціям, адже вони є головним джерелом соціального капіталу [102].

Соціальний капітал викристалізовується в процесі прийняття колективних рішень. Часто такі процеси мають протестний (на жаль, не завжди мирний) характер: лише за насичений подіями період із 21 листопада 2013 р. по 23 лютого 2014 р. (за результатами моніторингу Центру дослідження суспільства [137]) було зафіксовано щонайменше 3950 протестних подій. Серед 3950 протестів за період 3235 були напряму пов'язані з Майданом та відбувалися на його підтримку, а 365 можна віднести до Антимайдану.

Феномени самоорганізації та формування взаємодовіри можна проілюструвати на прикладі процесів у українських міст у період від кінця 2013 року до сьогодні. У багатьох містах України громадська активність проявлялася у розселенні кримських татар-біженців (із початку березня 2014 року) і внутрішньо переміщених осіб із зони антитерористичної операції, прийомі на лікування постраждалих майданівців, а пізніше – військових із зони АТО, допомозі студентству у переведенні з вузів Автономної Республіки Крим, а пізніше – із Луганської й Донецької областей, у вузи інших регіонів України, допомога навчальним закладам і їх педагогічним колективам, які евакуюювалися з Донецької та Луганської областей. Зокрема, громадські організації координували у діях тих, хто бажав допомогти, та тих, кому ця допомога потрібна. У дні активних протистоянь на Майдані громадськість долучалася до збору засобів захисту, медикаментів, харчів і коштів. Силами громадськості реалізовувався рух за проведення люстрації, зокрема на початку 2014 року – за якнайшвидше прийняття відповідного законопроекту. Створювалися численні групи, наприклад, антикорупційного спрямування «Стоп Хабар» – одна з найдієвіших спільнот, створена представниками бізнес-середовища, які не належать до політичних партій. У автомайданівських спільнотах була поширена ініціатива з протидії

корупції у державних дозвільних структурах, зокрема міжрайонних реєстраційно-екзаменаційних відділах Державтоінспекції МВС України.

Прикладом громадської активності завжди були академічні спільноти. Зокрема, Інтернет-спільноти на зразок «Університетський майдан», «Контроль за якістю освіти і науки» винесли на обговорення питання реформ та змін університетської освіти, а також піднімали проблему пошуку способів, які зможуть перетворити університет зсередини – руками викладачів, дослідників і студентів (університетське самоврядування та автономія університетів, модернізація, діалог між адміністрацією, студентами та викладачами, якість освіти).

Ідея самоорганізації, громадського діалогу полягає у тому, що якомога більша кількість людей має створювати самостійні ініціативні групи, які би гуртувались навколо цікавої їм проблематики. Дуже важливо, щоб ці процеси були децентралізовані. Прикладами є переказ багатьма трудовими колективами свого одноденного заробітку на рахунки допомоги української армії, на матеріально-технічне оснащення ведення антитерористичної операції; актори виступали, аби передати зібрані від перегляду вистави гроші на потреби певного військового підрозділу; творчі арт-майстерні виготовляли сувеніри для виставлення на благодійних розпродажах; діти збирали пластикові кришечки для їх подальшої здачі на переробку для протезів воїнам, котрі втратили кінцівки і под.

Громадська діяльність у 2014-2015 роках розширилася новими волонтерськими ініціативами, наприклад, пошук житла для біженців, переобладнання нежитлових приміщень для тимчасового житла. Громади організовували для відправки в зону антитерористичної операції спеціальних засобів, продуктів, медикаментів, речей першої необхідності, зокрема зимового (літнього) одягу. За зібрані гроші активісти закуповували польові кухні, кевларові шоломи і навіть броньовані автомобілі швидкої допомоги, шили спеціальні сумки для бойових магазинів і под. Окремими напрямками

роботи волонтерів були евакуація дітей, особливо сиріт, недопущення їх вивезення за межі України, організація медичної допомоги пораненим у медичних госпіталях. Багато громадських організацій об'єдналися задля організації та забезпечення переселення мирних жителів із гарячих точок у Донецькій та Луганській областях. Громадяни прикордонних регіонів на собі через кордон переносили тисячі бронежилетів для подальшої відправки їх бійцям у зону антитерористичної операції; бізнес-громадськість різних регіонів акумулювала фінанси для закупівля техніки; пересічні громадяни беруть під опіку поранених і скалічених у боях вояків, родини загиблих. Широко розгорнулися добровольчі ініціативи «Допоможи фронту»: білизна та взуття для військових, простирадла, медикаменти та необхідна медична апаратура для госпіталів – усе це стало першочерговою турботою громадських структур, які мобілізують громадськість. Навіть плетіння силами громади на вулицях міст маскувальних сіток є прикладами колективної (хоч і фрагментарної) соціально корисної взаємодії, до якої долучаються цілими родинами (формується канал соціального зв'язку «батьки – діти», відбувається соціалізація молодшої генерації). Значно складнішими є завдання таких сміливих і небезпечних волонтерських ініціатив, які пов'язані зі звільненням полонених у зоні АТО, їх обміну, ідентифікації тіл загиблих.

Загалом, антитерористична операція активізувала процеси солідарності в українському суспільстві. Зворушують факти, коли бабусі приносили у пункти збору допомоги домашня консервація і по 10-20 гривень, а школярі у День знань не несли квіти, а передавали кошти, заплановані на їх покупку, у фонд підтримки певного воїна чи родини загиблого. У багатьох містах України реалізовувалася програма збору пожертв «Гривня для армії»: із кожного чеку туристичних закладів (ресторани, готелі та под. заклади розміщення та харчування) збір в розмірі 1 гривні на медичне забезпечення військових, психологічний та духовний поствоєнний супровід, реабілітацію,

підтримку військових та їх родин. Чимало приватних закладів харчування включали до рахунку окремим рядком «1 гривня – на підтримку армії».

Після перших ротацій військових і добровольців постала ще одна складна проблема, яка лягла на плечі громадськості – організація психологічної (а часом і психіатричної) допомоги тим, хто має інтегруватися у мирне життя, позбавлення їх посттравматичного синдрому), який виник у результаті бойових дій, пов'язаних із загрозою смерті. Звичайно, громадськість не може справитися із такою серйозною прогалиною у вітчизняній медицині, як відсутність медичних протоколів лікування психічних захворювань, пов'язаних із травмами, отриманими під час бойових дій. Але саме спільнота добровольців взяла на себе збір коштів та закупівлю сучасних антидепресантів, ноотропів, заспокійливих, адаптогенів та інших ліків, які неможливо придбати за виділені державою кошти

Масова підтримка українцями та благодійними інституціями поранених, біженців, армії оголила проблеми в законодавстві, які потребували термінового вирішення. Серед найбільш болючих – «благодійні» податки. Її заручниками ставали як організації, так і волонтери, які збирають пожертви на свої картки. Втім, держава оперативно прореагувала на таку правову прогалину шляхом внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування благодійної допомоги: 26 вересня 2014 року набрав чинності Закон України від 02.09.2014 р. № 1668-VII «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо деяких питань оподаткування благодійної допомоги», відповідно до якого суми коштів, отримані благодійниками – фізичними особами, які внесені до Реєстру волонтерів антитерористичної операції для надання благодійної допомоги на користь АТО, не включаються до загального місячного (річного) оподатковуваного доходу. Такі законодавчі новації – результат громадського лобіювання як активного позиціонування соціуму своїх потреб перед державою.

Прикладів масової консолідації громадян багато – виконання одеситами Державного Гімну України на Потьомкінських сходах чи Гімну ЄС «Ода до радості» на Привозі, розгортання маріупольцями найбільшого Державного Прапора України, участь у всеможливих соціально-політично спрямованих пробігах, численні місцеві майдани і под. Одразу після звільнення частини міст Луганської та Донецької областей гостро постала проблема активізації громадськості на відновлення життєво важливої інфраструктури, аби люди отримали можливість повернутися до нормального життя, хоч першочергово ці функції – обов'язок держави.

Як вже зазначалось, постмодерна реальність зумовила появу нових форм громадського активізму, за допомогою яких викристалізовується громадянська позиція та формується новий тип соціального капіталу – флешмоби, політичні перфоманси, соціально-політичні інсталяції і под. Зупинимось для ілюстрації лише на двох неоформах – флешмобі та політичному перфомансі.

Сьогодні одним із комунікаційних способів активізації соціального капіталу, особливо молоді, є флешмоб. Ще до появи політичних флешмобів Г. Рейнольд у книзі «Розумний натовп : наступна соціальна революція» [115] передбачив використання нових засобів комунікації для самоорганізації мас. Дослідник використав термін «смартмоб» – розумний натовп, тобто новий соціум, який здатний до високого рівня внутрішньої самоорганізації за специфічних умов, зокрема, анонімності та відсутності керівного центру; автор пророкував використання нових комунікаційних технологій (Інтернету, стільникових телефонів) для самоорганізації.

Початково флешмоб не був призначений для політичних акцій, дотримуючись девізу – «Флешмоб поза релігією, поза політикою, поза економікою». Флешмоби із політичними цілями були заборонені правилами, позаяк передбачалося, що це – форма вільного самовираження, мистецька акція, засіб соціального протесту через абсурдизацію, а не спосіб досягнення

певних політичних цілей. Проте, така яскрава форма вираження ідей не могла опинитися поза увагою політичних сил. Флешмоб швидко позиціонував свій політичний еквівалент – політичний флешмоб (політмоб). Сьогодні флешмоб укорінився у політику, керуючись головною метою – викликати у випадкових глядачів цікавість, бажання дізнатися, що відбувається. Він перетворився в нову форму демократичної активності громадян за мережевим принципом формування (в основі – горизонтальні, а не вертикальні зв'язки). Флешмоб є неконвенціональною формою політичної участі та членства соціально-політичних організаціях.

Українська дослідниця політичного флешмобу О. Шерман вказує на значення особистого досвіду, власних дій як таких, що набагато сильніше впливають на свідомість людини, ніж почуті чи прочитані гасла [179, с. 320]. Тому формування відповідних морально-етичних настанов, прищеплення певних ідей в таких ситуаціях відбувається швидко й ефективно.

На перший погляд, флешмоби схожі на звичайні масові акції, але насправді вони демонструють абсолютно новий принцип організації. Немає єдиного центру, який розсилає запрошення по горизонтальних чи вертикальних щаблях: ініціатором флешмобу може бути одна людина; він (само)організується шляхом ланцюгового поширення інформації неформальними каналами комунікації.

Флешмоб має низку переваг, що посилюють його значення для політичного процесу: наочність і виразність; ємність форми вираження; потенціал для залучення значної кількості представників громадськості. Організація за допомогою засобів масової комунікації; добровільність участі; анонімність; швидкість зібрання; мирний характер; відсутність організаторів і відповідальних осіб; можливість кожному потенційному учаснику запропонувати сценарій певного заходу та самостійно знайти прихильників; короткотривалість; раптовість; як суспільно-політичний, так і розважальний характер; відсутність юридичної регламентації (притягнути когось із

учасників до відповідальності складно) – усе це невід’ємні характеристики флешмобу. Суттєвою особливістю флешмобу є те, що він є слабко формалізованою, неієрархізованою, спорадичною за способом мобілізацією колективних дії, що є дієвим інструментом політичного консумеризму.

Флешмоб уже продукує новий спектр політтехнологій – моберні. Політичний флешмоб – це не просто інтелектуальна розвага, що є і в традиційному флешмобі, він часто має за мету видозміну політичного режиму й доти імпульс «кольоровій революції». Політмоби є простішим, оперативнішим і безпечнішим способом вираження громадської думки або привернення уваги до проблем, аніж інші протестні акції. Їх завдання – сколихнути консерватизм (абсентеїзм) суспільства, нестандартним чином показати його проблеми. Головне, щоб влада не ігнорувала заявлені проблеми; у іншому випадку – очікуваними є потужніші полімоби, як-от у 2001 році на Філіппінах, де прихильники опозиції усунули діючого президента Дж. Естраду, зібравши на центральній площі за допомогою sms-розсилки понад мільйон протестуючих, одягнених у темний одяг.

Перший флешмоб в Україні відбувся 16 серпня 2003 року о 17-й годині в Києві в торговому центрі «Глобус» на Майдані Незалежності [66, с. 73]. Заклик використати помаранчеву стрічку і колір на ознаку політичної позиції, розісланий українцям електронною поштою у жовтні 2004 р., окремі дослідники розглядають як флешмоб [117]. Зародившись як форма спонтанної креативності широких мас, він залишається явищем, в якому ініціатори та виконавці нічим не відрізняються: вони належать до тих самих вікових та соціальних груп, мають спільні ідеали та ментальність [179, с. 318].

Заслуговують окремої уваги численні патріотичні флешмоби («Україна єдина без війни» (до дня Конституції України 28.06.2014 р.), «Обійми Україну» (проходив у футболках кольорів Державного Прапора України), «Молодь за єдину Україну» (у Києві біля арки Дружби народів з нагоди Дня

молоді 29.06.2014 р.), флешмоби випускників із нагоди Дня останнього дзвоника у вишиванках і з блакитними та жовтими кульками (30.06.2014 р.), флешмоб «За єдність України» потрапив до Книги рекордів України (02.07.2014 р.; 1200 учасників утворили карту України розмірами 25 на 35 метрів).

Численними були політичні флешмоби періоду Євромайдану : у Львові на підтримку студентів, затриманих у ніч на 30 грудня в Києві (учасники зі заклеєними червоною стрічкою ротами, 10.12.2013 р.); у Хмельницькому флешмоб матерів із дітьми «Ангели України» (28.12.2013 р.); у Києві флешмоб присвячений постраждалим на Євромайдані (учасники тримали плакати з цифрою 1739, яка символізувала загальну кількість зниклих, побитих, заарештованих та вбитих активістів, 03.02.2014 р.).

Активістки «Жіночої сотні» зі Запоріжжя у формі флешмобу протестували проти референдуму на Донбасі – у центрі Запоріжжя намалювали контури карти України, а кожную область уособлювала дівчина в вишиванці, котра тримала в руках герб обласного центру. Натомість флешмоб із протилежними закликами – до політичної участі – було проведено тернопільськими студентами напередодні позачергових президентських виборів (23.05.2014 р.) : під гаслом «Не спи, не лінись – йди на вибори» студенти лежали на вулиці, символізуючи лінь та аполітичність, якій не місце у відповідальній для країни час. До політично спрямованих флешмобів долучаються і діти, зокрема до всеукраїнської акції «Якщо діти благають – гармати мовчать» (08.03.2014 р.).

Українці проводять флешмоби не лише на території держави, а й за її межами. Так, у Відні провели флешмоб на підтримку Євромайдану (09.02.2014 р.); учасники тримали у руках плакати «Ні – насильству в Україні» та «Зупиніть насильство в Україні». Політичні флешмоби набувають не локального звучання, а охоплюють водночас громадян різних держав : флешмоб за єдність України «Голос за мир. Підтримайте Україну» (Варшава,

17.03.2014 р.); флешмоб із покладанням вінків біля посольств Російської Федерації у низці міст (Вільнюс, Варшава, Брюссель, Ванкувер, Гаага, Нью-Йорк, Торонто) (21.06.2014 р.). До Дня незалежності одночасно в чотирьох американських містах (Вашингтоні, Філадельфії, Детройті та Нью-Йорку) проведено флешмоб «Запали іскру єдності» (24.08.2014 р.).

Популярними сучасними формами флешмобів є відправка однакових за змістом електронних повідомлень на офіційні сторінки політиків, зокрема особливо активними були українці щодо А. Меркель (12-14.07.2014 р.), намагаючись вплинути на її позиції щодо україно-російських взаємин. У період підготовки та проведення референдумів в Автономній Республіці Крим (16.03.2014 р.), а пізніше у східних областях України (11.05.2014 р.) було проведено сотні різнотипних флешмобів на підтримку єдності України, наприклад, велофлешмоб (Дніпропетровськ, 03.05.2014 р.), флешмоб зі створення та розміщення свого патріотичного аватару (01.04.2014 р.), флешмоб працівників Міністерства закордонних справ України, які «окреслили» контур країни і заспівали національний гімн на площі біля будівлі відомства (19.04.2014 р.), флешмоб «Україна єдина в часі війни» (Львів, 28.06.2014 р.), флешмоб у річницю анексії Криму Росією (Київ, 28.02.2015 р.), на підтримку бійців АТО (Луцьк, 04.08.2015), флешмоб на знак протесту проти непроведення місцевих виборів-2015 у Маріуполі (Маріуполь, 27.08.2015) і под.

У День Державного Прапора (23.08.2014 р.) масово відбувалися флешмоби з розгортанням українського стягу; городяни ніби змагалися у розмірах блакитно-жовтого полотнища. Приклад епатажного флешмобу був показаний на святкуванні Дня міста у Миколаєві (13.09.2014 р.); він спрямовувався проти інформаційних воєн у формі знищення преси, яка розповсюджує сепаратистські матеріали.

Одним із найоригінальніших флешмобів, який прийшов зі Заходу, дещо переформатувавшись в Україні, був «Ice Bucket Challenge», але на відміну від

спрямування коштів на дослідження захворювання центральної нервової системи (бічного аміотрофічного склерозу), українці вдавалися до крижаних обливань із передаванням естафети трьом наступним учасникам задля збору коштів на потреби армії та у благодійний фонд допомоги дітям, хворим на рак крові. Цей флешмоб (попри несерйозність – для людей поважних – форми) охопив далеко не лише молодь: крижану естафету першими просували саме ректори вузів, мери міст, топ-менеджери, політики, творчі особистості, духовенство, дипломатичні корпуси окремих держав. За допомогою такої форми мобілізації було зібрано мільйони гривень і врятовано немало життів. Тому флешмоб, на нашу думку, попри несприйняття його ще частиною громадськості, – один із найдинамічніших методів згуртування громади, а значить – її зцементовування, склеювання на вирішення спільної проблеми. Після набуття цим флешмобом популярності задля збільшення збору коштів були організовані колективні його форми, зокрема, у парках, де облаштовувалися умови для переодягання учасників, надання фенів, відер та води, і звісно – скриньок для пожертв на потреби армії. Естафету підхоплювали й передавали підприємства, ультраси, навчальні заклади.

До типів політичних флешмобів можна віднести просування користувачами соціальних мереж, насамперед Facebook та Twitter хештегів для позначення тем, що становлять інтерес у мікроблогах мереж. У вересні 2014 року Міністерство закордонних справ України закликала Інтернет-користувачів активно постити у Facebook і Twitter хештег #StopRussianAggression; Twitter-користувачі просували хештег #RussiaViolatedCeasefire, #NATOforUkraine. Однією із перших спроб активізувати у таких спосіб інтерес зарубіжжя до України була запущена (27.01.2014 року з 17 до 18 години) активістами Євромайдану акція #DigitalMaidanTwitterStorm; через півгодини після старту флешмобу вдалося домогтися поставленої мети — хештег #digitalmaidan вийшов на перше місце

у світових трендах соціальної мережі; у рамках флешмобу учасники розсилали заздалегідь заготовлені твіти англійською мовою, адресовані відомим політикам, журналістам і громадським діячам по всьому світу.

О. Шерман вказує на такі переваги флешмобу : 1) він не сприймається як виховний захід, і не викликає негативних емоцій, які пов'язані з традиційними виховними заходами; 2) особистий досвід, власна дія набагато сильніше впливають на свідомість людини, ніж почуті чи прочитані гасла [179, с. 320]. Відповідно, формування морально-етичних настанов, прищеплення певних ідей в таких ситуаціях відбувається швидко та ефективно.

Ми погоджуємося з В. Бліхарем, який вказує на такі дві традиційні характеристики політичного флешмобу, які, на думку дослідника[10, с. 411], втратили сьогодні актуальність :

1. флешмоб – це дія молоді. Вважаємо, що має значення не стільки вік, скільки соціальний статус і, як наслідок, активність Інтернет-комунікації (як стиль життя), хоч звичайно ж кількість користувачів Інтернету найбільша саме серед молодіжного прошарку. Проте багато флешмобів на соціально кричущу проблематику об'єднують людей різного віку, для прикладу – Ice Bucket Challenge, який в Україні залучив образно кажучи «від старого до малого»;

2. флешмоб – це вуличне дійство. Чимало із них проводяться, наприклад, у межах тієї ж віртуальної реальності, зокрема у соціальних мережах, шляхом поширення певних закликів, фото, зміни аватарів і под.

Отже, нова Інтернет-реальність змінює соціальне життя людей, стимулює до дії, у тому числі й у формі флешмобу. Політична мобілізація сьогодні не є такою ефективною ще, мабуть, тому, що їй бракує емоційної забарвленості, у той час як протилежна сторона використовує цей аспект у повному обсязі; раціональні дискусії не призводять до такого рівня політичної мобілізації, якого досягають акції, спрямовані на виплеск емоцій

їхніх учасників. Політична мобілізація через соціальні медіа у формі флешмобів, театралізованих перфомансів досягає аполітичних верств населення, залучає їх до політичної діяльності шляхом надання політичній участі елементів гри. Ігрові форми соціального активізму надають ефект емоційної підзарядки та відчуття спільної справи, разом із тим дають змогу учасникам відволіктись від буденності. Схоже, політична мобілізація має бути емоційно забарвленою, щоб бути ефективною.

За зовнішніми причинами появи та популярності ігрових форм політичного активізму прихована глибша: флешмоб як вид діяльності ідеально вписується в культурну матрицю постмодерну. Наприклад, флешмоб часто оцінюють як дію, яка не тягне за собою жодних наслідків і є одночасно й вчинком, й імітацією вчинку; це розвага, яка не потребує витрат; спілкування, яке не вимагає залучення психологічних чи емоційних ресурсів, і одночасно це можливість заявити про себе, залишитися у вічності бодай як учасник відео на каналі Youtube; отже, це шанс щось зробити, насправді не роблячи нічого. Утім, вважаємо, що українські флешмоби-2014, зумовлені революційними та воєнними подіями, переформатувалися на конкретний результат, дієвий внесок, наприклад, уже згадуваний Ice Bucket Challenge із фінансовою пожертвою на підтримку армії.

Ми погоджуємося з підходом Н. Хоми про те, що політична дія у постмодерній реальності, як вже зазначалось, є фрагментарною, підґрунтя якої – гра [168, с. 18]. Однією із форм цієї гри є перфоманс, у зокрема і його різновид – політичний перфоманс. Перфоманс є комплексною комунікативною дією, де рівноцінною є і роль дійових осіб, і власне аудиторії. Сутність перформансу проявляється в його функції як способі маніфестації політичних ідей і демонстрації ролі своїх прихильників. Втіленням постмодерного перформансу була, на нашу думку, візуалізована форма протесту проти авторитарних законів від 16 січня 2014 року, які зокрема, забороняли носіння масок та шоломів під час мирних вуличних

акцій. На народні віча кількох наступних днів протестувальники приходили у каструлях, мисках, друшляках, будівельних і військових касках, перев'язували обличчя шарфами, прикривалися розмальованими у блакитно-жовту тональність медичними масками. Автомобілісти зумисне оформлювалися у колони понад п'ять автівок. На спинах перехожих висіли плакати з надписами: «Я – п'ятий! Не йди за мною!». У найрізноманітніші креативні способи громада демонструвала своє ставлення до поправок, внесених до Закону України «Про судоустрій і статус суддів» і процесуальних законів щодо додаткових заходів захисту безпеки громадян [171, с. 45]. Тут наявна значна перевага емоційного, ірраціонального над раціональним, спонтанний характер політичної дії, іронія, пародія, пастіш, саморефлексійність, кітч і под. – типові характеристики постмодерної політичної реальності.

Це добре ілюструють політичні перформанси з використанням державних символів – гімну, прапора, герба, зокрема їх кольорів, мелодики і под.). Національна символіка якнайкраще виражає уявлення про колективну спільноту «ми», а тому активно використовується в критичні моменти, які вимагають мобілізації суспільства, наприклад, під час україно-російського збройного протистояння. Яскравим прикладом є арт-перформанси руфера Григорія Mustang Wanted (Павла Ушевця) до Дня Незалежності України (розфарбовування у ніч на 20.08.2014 року шпиля будівлі на Котельничеській набережній у Москві у кольори українського прапора; підкорення 24.08.2014 року будівлі Московського державного університету). Інтернет-пости про це уподобали десятки тисяч користувачів Facebook та інших соціальних мереж, зроблено тисячі перепостів. Національна символіка була використана й у сміливому перформансі донецької художниці Марії Куликовської, яка під час бієнале сучасного мистецтва «Маніфест 10» (Санкт-Петербург, Ермітаж, 01.07.2014 р.), лежала на сходах музею, загорнувшись в український прапор. Удаючи мертву, вона протестувала політики Росії, яка

призвела до її вимушеної внутрішньої міграції з Донецька до Києва [171, с.45].

Велику кількість епатажних перфомансів, у тому числі і політично спрямованих, проводить жіноча організація FEMEN, яка, порушуючи певні символічні кордони, проявляє, використовуючи жіноче тіло, інтерес до широкого спектра проблем. FEMEN пояснює свою епатажність тим, що традиційні форми активізації громадськості похмурі, нецікаві їй, відповідно, не фіксується громадськістю та мас-медіа. Радикальний акт привертає увагу, наприклад, агресивними боями у багні з підніжками (за аналогією з політиками, які «поливають» один одного брудом,) як форми протесту проти нечесних політичних ігор під час виборчих перегонів (Київ, Майдан Незалежності, жовтень, 2008 р.) [168, с. 21]. Епатажно-сміливі учасниці FEMEN провели в окупованому Криму акцію «Stop, Putin, war!» (07.03.2014 р.), стабільно організовують протести проти візитів російських делегацій на різноманітні міжнародні форуми.

Оскільки активізація громадськості є ключовим напрямком зростання рівня соціального капіталу, то виникає питання: хто це «громадськість»? Радитись громадськістю – значить забезпечити демократичний і відкритий характер прийняття рішень. Схвалювати ініціативи чиновників, просувати власні напрацювання, критикувати пропозиції іншої громадськості, навіть лобіювати на посади своїх лідерів або «тролити» поганих чиновників. У законодавстві загалом відсутній комплексний підхід до розуміння поняття громадськості. Спостерігається непослідовність у регулюванні, відсутність однакового його застосування. У понад двадцяти вітчизняних нормативних актах зазначено про обов'язок органів влади «інформувати громадськість» або «залучати громадськість». У цих актах або взагалі, або зовсім неоднозначно розкривається механізм реалізації цього обов'язку. Громадськість – це винятково громадяни? А може, це й громадяни, і юридичні особи? Чи це лише «професійна громадськість» – фахівці в певній

галузі, експерти? Як указує Великий тлумачний словник сучасної української мови, громадськість – це «передова частина, передові кола суспільства» [28, с. 262]. Отже, словник акцентує увагу на «передовому» характері й фактично звужує таке широке поняття, «широку громадськість», до кола «передових».

В. Московець привертає увагу до проблеми визначення терміна «громадськість», який часто використовується у нормативних актах. Опрацювавши різномінітні тлумачення цього терміна, автор робить висновок, що «громадськість – це соціально-активна частина суспільства (організована сукупність людей), яка за певних обставин так або інакше згуртувалася навколо конкретних спільних інтересів та яка на добровільних засадах бере участь у суспільно-політичному житті країни, визначає основні напрямки його розвитку, користується великим впливом, повагою. Громадськість складається з однієї або більше фізичних чи юридичних осіб, їх об'єднань, організації або груп, які діють згідно з чинним законодавством України або практикою задля захисту своїх законних прав, свобод та інтересів у галузі політики, економіки, культури, охорони здоров'я, а також у соціальній, екологічній, міжнародній та інших сферах. Громадськість як активне соціальне утворення в певний момент об'єднує всіх тих, хто стикається з спільною проблемою, яка стосується суспільних інтересів, і може разом шукати шляхи її розв'язання [93, с. 633].

Як зауважує Я. Жукровський, таке довільне розуміння категорії як «громадськість», яке є у вітчизняній нормативно-правовій базі, перешкоджає не лише ефективності діяльності органів публічної влади, але й розвитку громадянського суспільства та реалізації конституційного права на участь громадян в управлінні державними справами [45]. Із цього юридичного питання мають впливати методи активізації громадськості (якщо під ними розуміти саме широкі верстви громади, а не і так активізованих професійними обов'язками експертів).

За сучасних умов повинна мінятися роль місцевих органів влади, підвищуватися взаємозалежність із бізнесом та громадськими об'єднаннями. Оскільки однією з базових проблем розвитку муніципальних утворень (особливо невеликих) є хронічна нестача фінансових ресурсів, то роль соціального капіталу як альтернативного ресурсу розвитку істотно підвищується. Місцеве співтовариство покликане інтегрувати первинні соціальні об'єднання через існуючі та цілеспрямовано створювані інститути, громадські об'єднання, корпоративні та владні органи. Це необхідно для створення цілісної соціальної організації, що представляє інтереси населення території і є основою соціального партнерства місцевої влади, громадських організацій та бізнесу. При цьому слід враховувати, що представники цих структур є невід'ємною частиною місцевої спільноти.

Отже, традиційні форми прояву політичної активності змінюються новими, які можуть краще й ефективніше працювати на суспільні інтереси. З погляду М. Кастельса, в умовах інформаційного суспільства найкращі можливості й умови прояву політичної активності дають організації, побудовані за принципом мережі. Мережеву складову діяльності можемо знайти практично у всіх більш-менш вдалих громадських ініціативах українців.

Можна констатувати : поки громадяни самі не створять нові механізми політичного контролю та впливу на політику та існуючі інститути влади – нічого принципово не зміниться. Перезавантаження держави неможливе, якщо громада не почне перезавантаження політичної системи, яка має почати будуватися знизу; саме громадяни повинні мати реальні важелі впливу на політичний процес. Повільно, але зростає кількість людей, які розуміють, що таке алгоритми прийняття колективних рішень. В основі змін із активізації соціального капіталу українців – ідея самоорганізації знизу.

4.2. Громадське лобіювання як технологія підвищення соціального капіталу.

На нашу думку, за умови глибинних трансформаційних та інституціональних змін в Україні, як ніколи важлива активна позиція громадськості. Активність громадськості не лише має набувати формату публічних акцій, але й просувати напрацьовані ідеї на рівень власне тих інституцій, котрі вправі вносити нормотворчі новації та тим самим реалізовувати державотворчі устремління мотивованої громадськості.

На сьогодні наврядчи можна стверджувати про активну співпрацю вітчизняних органів влади та інституцій ще не до кінця сформованого громадянського суспільства. Дуже часто залишається на рівні публічних декларацій бажання органів публічної влади та громадян налагодити співробітництво та партнерство. У форматі демократичної держави зі сталими демократичними практиками органи публічної влади зобов'язані сприяти та підтримувати розвиток інституцій громадянського суспільства, задля того, аби вони сприяли самореалізації особистостей та виражали колективні інтереси, цінності, цілі.

Прагнення громадян впливати на державну політику виявляється у багатьох формах, зокрема, у суспільно-політичному лобіюванні. Цивілізований лобізм є невід'ємною характеристикою демократичного політичного режиму, сучасного формату врядування. Як слушно зауважує Н. Хома, «налагоджена взаємодія між органами державної влади і громадянами, а також практика контролю громадськості над діяльністю органів влади належить до ознак розвинутої демократичної системи. Відсутність ефективно функціонуючих легальних каналів взаємодії між суспільством і органами державної влади підриває легітимність державних інститутів і прийнятих ними рішень» [166, с. 86]. Отже, ми констатуємо нагальну для розвитку в Україні публічно-приватного (державно-приватного) партнерства потребу активізації громадського діалогу. Це додасть гнучкості діям органів влади та сприятиме їхньому акцентованому орієнтуванню на першочергові потреби суспільства та держави під час виконання своєї норматворчої функції.

Лобізм є інститутом політичної системи, процесом просування інтересів у органах державної влади з метою прийняття певного рішення або його відхилення (у нашому випадку – просуваються інтереси саме громадськості). Зростання ролі лобізму призводить до трансформації демократії від громадянського представництва до представництва інтересів. Ця трансформація обумовлена тим, що з'являються нові впливові агенти політичного поля – групи інтересів, які безпосередньо впливають на владу; хоч громадськість і не має таких важелів впливу для успішного лобіювання, як, скажімо, бізнес, але і вона може бути дієвою групою інтересів. Як слушно зазначає І. Оніщенко, лобізм «виконує функцію плюралізації суспільних інтересів, оскільки кожна людина чи група осіб, об'єднанні в організації, спілки, мають певні власні інтереси і відстоюють їх» [97, с. 361]. На наше переконання, лобізм доповнює конституційну схему демократичного представництва, за його допомогою у прийнятті та реалізації рішень беруть участь ті соціальні групи, котрі позбавлені іншої можливості впливати на політику. Легалізований (унормований національним правом) лобізм забезпечує представництво прав та інтересів в органах влади дещо робить апарат державної влади відкритішим для контролю з боку суспільства, розширює коло учасників політичного процесу, позитивно впливає на розвиток громадянського суспільства.

Лобізм є, на нашу думку, ефективним інструментом самоорганізації громадянського суспільства, він певним способом протистоїть бюрократії. Практика цивілізованого лобіювання є важливим кроком до подальших демократичних перетворень у державі; цінність лобістської практики – у можливості вільного та відкритого доступу до органів державної влади та наявності потужного громадського інтересу. Власне в останні двадцять років в Україні відбувається швидке становлення розгалужених лобістських відносин, котрі охоплюють різні сфери державного, суспільного, політичного, економічного життя країни. Чітко можна зафіксувати спроби громадян

захистити свої невід’ємні права й інтереси, що в багатьох випадках мають загальносуспільне значення, і відверті намагання окремих впливових фінансово-промислових груп, підконтрольних їм партійних і владних структур у певний спосіб монополізувати прийняття важливих управлінських рішень на регіональному та загальнодержавному рівнях.

На жаль, в Україні лобіювання часто має позаправову, вузькогрупову та латентної форми, що негативно впливає на вітчизняну систему організації та діяльність органів державної влади й органів місцевого самоврядування, їхніх посадовців. Та найголовніше – така практика породжує спричиняє хибні стереотипні уявлення про технологію лобізму у свідомості громадян. Найголовніша причина – відсутність належних юридичних регуляторів цього політико-правового феномену в Україні,. Це засвідчує ототожнення більшістю українських громадян лобіювання зі соціально негативними, а часто й кримінально-карними діями [159, с. 206]. Українські парламентарії неодноразово намагалися зменшувати негативну складову українського лобіювання через унормування відповідного інституту конституційного права в чинному законодавстві, але жодна зі законодавчих ініціатив не мала успіху і завмирала на рівні законопроекту.

У науковій політологічній літературі представлені кілька підходів до типологізації лобі-діяльності. Якщо в основу класифікації покласти те, ким і в інтересах кого здійснюється розв’язання питань лобістської заінтересованості, то можна виокремити політичний, громадський, професійний, регіональний та іноземний лобізм [68, с. 110-111; 84, с. 109]. Згадана типологія враховує суб’єктів, групи впливу, тих, хто здійснює лобіювання, визначає типові сфери інтересів різних політичних, суспільних, економічних, професійних та інших груп, тобто різні предмети лобістської зацікавленості. О. Кушніренко й О. Дягілев вирізняють політичне, громадське, релігійне, професійне, відомче, регіональне, іноземне, а також економічне лобіювання суб’єктів господарювання та підприємницьких

структур (від великих фінансово-промислових груп до дрібних підприємців) [68, с. 110-111]. Отже, громадське лобіювання, дослідити яке є нашим завданням – це самостійний вид лобіювання в системі лобі-діяльності, невід’ємний інститут сучасного політико-правового життя. На нашу думку, у його структурі можна виділити кілька рівнів: глобальний, регіональний, внутрішньодержавний, локальний.

Якщо власне лобіюванню, як широкому предмету політологічного аналізу, уже присв’ячено чимало досліджень, то власне громадське лобіювання є новим дослідницьким напрямом. Вітчизняні дослідники (А. Береза, Т. Богиня, П. Манджола, О. Кушніренко, О. Дягілев, А. Трофименко, В. Федоренко та ін.) розглядають лобізм загалом, окремих його суб’єктів, у тому числі суб’єктів власне громадського лобізму.

Громадське лобіювання – це взаємодія груп громадян із органами влади, компаніями та некомерційними організаціями для просування громадських інтересів; його метою є прийняття рішень, відповідних інтересам громадян [165, с. 59]. Громадське лобіювання як вид лобіювання притаманне саме державам із демократичним політичним режимом. Це вплив на органи державної влади та місцевого самоврядування з боку об’єднань громадян для задоволення різноманітних громадських, суспільних, мовних, культурних, освітніх, екологічних, гендерних та інших інтересів.

Як ми уже зауважували, стереотипно вважається, що громадське лобіювання значно слабше за потенційними можливостями, ніж лобіювання потужних фінансово-промислових структур. Але в практиці лобізму спостерігаємо чимало прикладів результативного тиску громадськості задля відстоювання своїх інтересів. Ці приклади доводять силу громадської думки, роль об’єднаної громадської енергії, яку в жодному випадку не може ігнорувати влада в умовах демократії. Так, виборче право в багатьох країнах світу спочатку містило обмеження щодо участі жінок у виборчому процесі, але під впливом громадського тиску жінки отримали рівні з чоловіками

виборчі права. У США, країні з дуже потужним фінансово-промисловим лобі, громадські організації також успішно лобіюють свої різноманітні інтереси. Наприклад, у 70-х роках XX ст. активний тиск громадських організацій афроамериканського населення та профспілкових об'єднань не дав Президентові Р. Ніксону провести через Конгрес рішення щодо призначення членом Верховного суду США відомого расистськими й антипрофспілковими поглядами судді К. Хейнсуорта. Екологічне лобі (дуже потужне в США) здійснювало активні дії, завдяки котрим навесні 1971 р. Конгрес відхилив законопроект про додаткові асигнування на розробку надзвукового транспортного літака. Під час участі США у військовій кампанії у В'єтнамі в країні створено низку громадських організацій, єдиною метою яких було лобіювання рішень проти війни у В'єтнамі [68, с. 111].

Якщо звернутися до лобістського досвіду європейської спільноти, то в ЄС практика консультацій із громадськістю у процесі прийняття рішень була обов'язковою після прийняття Амстердамської угоди (1997 р.). Ця угода вимагала від Європейської комісії проведення якнайширших консультацій і публікацій проектів документів для їх обговорення зацікавленими сторонами. У підсумку це сприяло прийняттю основних принципів громадських консультацій задля гарантування того, що всі зацікавлені сторони зможуть висловити свій погляд та пропозиції про законодавчих ініціатив [9, с. 249-250].

Сучасні органи державного управління більшості держав світу дійшли висновку : ефективність діяльності їхніх структур безпосередньо залежать від потреб, очікувань, думок та настроїв громадян. Позитивний досвід у цьому здобуло чимало країн. Наприклад, уряд Данії в процесі розроблення, погодження й ухвалення рішень контактує з понад 100 неурядовими організаціями.

Цікавий досвід взаємин «влада – громадськість» має Велика Британія. Їх регулює, зокрема, «Кодекс практики консультацій уряду», який містить шість критеріїв:

1. Під час розроблення певної стратегії консультації з письмовим опитуванням представників громадянського суспільства повинні проводитися впродовж всієї роботи над документом. Після визначення відповідних зацікавлених осіб і тих, для кого таке розроблення може мати наслідки, з цими групами встановлюється контакт, і їх залучають уже на ранніх етапах. Йдеться про письмово засвідчені думки та побажання громадськості. Щоправда, у процесі опрацювання важливих державних документів застосовують й інші методи, у тому числі зустрічі, веб-форуми, соціальні дослідження, цільові групи.

2. Чітке визначення пропозиції, характеру запитань, термінів консультацій. Громадянам треба пояснити, що саме в стратегії можна змінити наслідки, котрі матиме неприйняття потрібного документа.

3. Доступність і зрозумілість процесу консультацій. Для цього рекомендується використовувати не лише паперові носії, а й Інтернет, оскільки електронні засоби значно спрощують отримання відповідей.

4. Обов'язковість повідомити громадянам про результати консультацій та їх вплив на політику.

5. Міністерства повинні здійснювати моніторинг ефективності консультацій. Кожен міністр персонально відповідає за здійснення політики у сфері зв'язків із громадськістю. За незадовільної оцінки цих існує ймовірність утрати посади.

6. Процес консультацій може завершуватися оцінкою ефекту регулювання. Отже, громадянам варто пояснити переваги чи ризики, пов'язані з їхньою пропозицією, запропонувати альтернативні варіанти [42, с. 14].

На Конференції міжнародних неурядових організацій Ради Європи 1 жовтня 2009 р. був прийнятий Кодекс участі громадськості, який визначив для учасників демократичних процесів правила, що впливають із конкретного практичного досвіду діалогу і співпраці між неурядовими організаціями й органами державної влади. Мета такої діяльності полягає в полегшенні їх взаємодії та ширшому залученні громадян до демократичних процесів на місцевому, регіональному і національному рівнях. Кодекс визначає рівні участі неурядових організацій на різних етапах процесу прийняття політичного рішення (інформація, консультація, діалог та партнерство) й етапи ухвалення політичного рішення (рис. 4).



Рис. 4. Рівні участі неурядових організацій на різних етапах процесу прийняття політичного рішення [42, с. 14]

Сьогодні інститут громадського лобіювання (як і лобіювання загалом) в Україні залишається не лише новим і невнормованим, а й значно дискредитованим феноменологією «квазілобізму», який через підміну понять стійко асоціюється в громадян із корупцією, позаправовим впливом на діяльність органів державної влади в інтересах вузько-соціальних груп. Виникає запитання: чи можуть громадські організації ефективно консолідуватись для ефективного лобіювання, як вони впливатимуть на місцеву владу? Хоч громадське лобі тільки розпочинає діяльність, проте в певних сферах суспільного життя вже існують приклади вдалого лобіювання. Різноманітні екологічні громадські організації досягають певних результатів у розв'язанні питань захисту довкілля. Так, на початку 90-х років XX ст. під тиском громадськості було прийнято рішення не розпочинати будівництво атомної електростанції на Кримському півострові. Нинішні напрямки лобіювання охоплюють і суспільно-політичне, і соціальне спрямування. У великих українських містах активно лобіюється розвиток велотранспорту, що виявляється у проектуванні велоінфраструктур, веломережі. Інвестиції в громадське лобіювання велозмін розглядається найкращим способом для розвитку велосипедної індустрії на сучасному ринку. Це засвідчує лондонський досвід, який застосовують вітчизняні лобісти.

Актуальними для громадського лобіювання є забезпечення прозорості роботи усіх органів управління територіальними громадами, контроль роботи органів у системах охорони здоров'я, освіти, дорожніх служб, міліції, захист культурної спадщини, зелених зон, запровадження стандартів Європейського Союзу в Україні у сфері якості атмосферного повітря, контроль за втіленням земельної реформи та ін. Екологічні громадські організації залучаються також до зміни законодавчої діяльності, лобіювання екополітики і здійснення громадських екологічних експертиз. Сьогодні час перейти від «круглих столів», приймати конкретні рішення та брати на себе відповідальність. Отже, вектори руху визначені: реформування країни; робота у сфері прав людини;

антикорупційні й люстраційні заходи; природозберігання; перехід до технологій здорового способу життя.

Оскільки одного контролю за діями влади недостатньо, то необхідно формулювати завдання, плани та стратегії цих дій. І лише така форма громадського контролю може повністю перезавантажити владу і побудувати в Україні цивілізовану, незалежну демократичну державу, керовану громадським суспільством. Сьогодні громадські організації в Україні зростають і чисельно, і якісно. Багато з них уже можуть стати і стають повноцінними та рівноправними партнерами влади у розв'язанні багатьох проблем, зокрема місцевого значення. У питаннях міжнародної співпраці та залучення іноземних коштів для регіонального розвитку громадські організації давно йдуть попереду органів місцевого самоврядування та місцевої державної влади. Крім проектної роботи з міжнародними організаціями, громадські організації дедалі більше намагаються вплинути на роботу самої місцевої влади, брати активну участь у місцевому розвитку, співпрацюючи з органами місцевого самоврядування. Однак, на превеликий жаль, більшість громадських ініціатив так і залишаються не втіленими або знаходять лише часткову підтримку місцевої влади.

Оскільки вітчизняні громадські організації офіційно не мають права на здійснення законодавчої ініціативи, то лобіювання – це єдиний «прямий» шлях представлення інтересів громадських організацій. Американський лобіст П. Міллер вважає, що громадським організаціям краще лобіювати коаліцією, бо коаліція викликає зацікавленість, а це сприяє зростанню сил. Члени уряду змушені з більшою повагою прислухатися до вимог коаліції. Чим більша група лобістів, тим легше переконати політиків підтримати її позицію. Коаліція дає змогу висунути кілька проблем одночасно, отже, працює як скоординована інформаційна мережа.

Незважаючи на стримані оцінки можливостей громадського лобіювання (порівняно, наприклад, із бізнес-лобі), ініціатива знизу дієва та

результативна. Саме недержавні громадські організації здатні забезпечувати постійний вплив громадян на діяльність органів державної влади й інститутів місцевого самоврядування. Упродовж останніх років ухвалено низку важливих рішень про участь громадян у формуванні та реалізації державної політики: обов'язкові консультації з громадськістю щодо актуальних питань проблем державного і соціально-економічного життя, здійснення громадської експертизи діяльності міністерств та інших центральних відомств, функціонування при центральних та регіональних органах виконавчої влади ефективного інструменту співпраці – громадських рад.

Громадський сектор в Україні перетворюється на компетентну ланку між державою та громадянином. Під час ухвалення всіх політичних рішень, котрі стосуються найширшого загалу, обов'язково враховуватимуться позиції громадських організацій, експертного середовища, громадська думка. У такий спосіб вітчизняне суспільство отримає європейські важелі на формування, реалізацію та коригування державної політики, моніторинг її упровадження в життя, що повністю відповідає принципам і практикам демократичного урядування [151, с. 5].

Будучи структурованими групами, об'єднаними за визначеними їх учасниками прагненнями й устремліннями, громадські організації спроможні забезпечувати активне залучення громадянського суспільства до різних сфер діяльності інститутів влади. Вони сприяють виявленню, артикуляції, агрегації, систематизації та представленню у них важливих запитів громадян, особливо тих, які через різні причини, ігноруються або недооцінюються іншими суб'єктами політичного процесу в Україні, насамперед, політичними партіями. Останні у зв'язку з політичною заангажованістю, зосередженістю переважно на задоволенні кланово-корпоративних інтересів своїх засновників і спонсорів, залишаються малочутливими до запитів громадян та інститутів громадянського суспільства [64]. За таких умов діяльність громадських організацій відкриває можливості належного й своєчасного

задоволення потреб суспільства унаслідок відповідного впливу на управлінську діяльність держави й інститутів місцевого самоврядування.

Погоджуємося із А. Круглашовим, який наголошує, що систематична взаємодія активних громадських організацій із органами державного управління та інститутами місцевого самоврядування утворює постійну і різнобічну комунікацію між владою й громадянами, забезпечує зворотній зв'язок, а через нього – налагоджені канали й отримання управлінцями своєчасних реакцій суспільства на дії або бездіяльність влади, що становить важливий стимул її вдосконалення [64]. Залучення громадських організацій до діяльності влади та суспільний контроль за нею формує активну, зацікавлену позицію громадян, створює відчуття причетності до процесів управлінської діяльності на регіональному, місцевому та національному рівнях. Це формує культуру відкритості й прозорості в діяльності органів влади та державних службовців, сприяє гармонізації стосунків між тими, хто здійснює управлінську діяльність, і тими, хто отримує й оплачує управлінські послуги держави.

Тривале, успішне становлення вимогливої та взаємовідповідальної системи такої співпраці сформує партнерство державних інституцій, органів місцевого самоврядування й осередків громадянського суспільства на демократичних засадах, додасть владі необхідної публічності, прозорості, забезпечить її управлінську ефективність і легітимність. Отже, взаємодія інститутів громадянського суспільства з органами державної влади у формі лобіювання певних рішень – основа сучасної системи політичної комунікації, важливий чинник розвитку політичного процесу в Україні, має значний потенціал сприяння трансформації її політичної системи на демократичних засадах.

Мета діалогу влади й громадськості – чітко визначати перспективи їх взаємодії та втілюватися у формі конкретних завдань і зобов'язань, зрозумілих і здійснених, виконання яких можна і варто оцінювати. Мета не

може зводитися лише до узгодження майбутнього проекту з громадськістю, вона повинна засвідчувати, наскільки цей проект реально відповідає інтересам громадськості [145].

Якісне розв'язання завдань щодо створення системи зворотного зв'язку і залучення до активного діалогу з органами влади громадських організацій і активних громадян можливе лише за відповідного кадрового забезпечення. Необхідні спеціалісти – соціальні модератори, здатні організувати конструктивний і результативний діалог. Соціальні модератори повинні забезпечити взаєморозуміння сторін з огляду на існуючі значні відмінності у природі й функціях учасників взаємодії, в тому числі в організації діяльності, способах і формах активності, мотивації до співпраці [29].

Незважаючи на правові прогалини, громадському секторові необхідно залучатись до процесу вирішення проблем саме методом лобіювання, як це робиться в цивілізованих державах. Тільки тоді в Україні стане можливою справжня демократія та дієве громадянське суспільство, а зміни відбуватимуться «знизу», хоча й не без участі «верху».

Сьогодні у нас поступово, але все ж формується, сервісна держава. Припускаємо, що такий тип організації влади оперативніше реагуватиме на потреби громадян і активно сприятиме соціально-економічному розвитку країни. Маємо суспільний запит на участь громадськості в прийнятті найважливіших політичних рішень, коли чинна влада зробить конкретні кроки до прозорості й відкритості, налагодить конструктивну співпрацю з інститутами громадянського суспільства. Постійний обмін інформацією між вітчизняним урядом, інститутами громадянського суспільства та широким загалом громадян України сприятиме визначенню пріоритетів соціально-економічного розвитку, накопиченню соціального капіталу, який підвищить інноваційну спроможність держави.

4.3. Розвиток корпоративного громадянства як форма активізації персонального та колективного соціального капіталу.

Перерозподіл відповідальності за розвиток соціальної сфери стимулює активний пошук каналів і форм взаємодії між бізнесом, владою, представленими від некомерційних організацій групами соціальних інтересів, громадськістю, що виражає позиції зацікавлених споживачів. На стику взаємодії цих акторів формується економіка, механізми якої повинні сприяти вирішенню соціальних проблем в системі ринкових відносин [26, с. 105]. Такий діалог може ефективно розвиватися тільки на основі зближення позицій щодо стратегічних проблем розвитку світового та національного співтовариства, знаходження консенсусу навколо пріоритетів і меж зростання. У підсумку йдеться про створення механізмів мінімізації та подолання можливих наслідків ризиків, що підривають перспективи стійкого і передбачуваного розвитку [103, с. 4]. Оцінка соціальної ролі бізнесу та соціальних витрат ринкової економіки окреслюється як важлива тема політологічного дискурсу.

У сучасних дослідницьких обговореннях викликів глобалізації дедалі сильнішає акцент на забезпеченні глобальної керованості, зокрема у формі корпоративного громадянства, позаяк корпорації утверджуються як провідні суб'єкти світового розвитку. Постає низка питань: чи сприятиме модель корпоративного громадянства мінімізації зростаючих сучасних ризиків? чи здатне її впровадження мінімізувати ризики, зумовлені нерівномірністю розвитку та зниженням порогу безпеки в умовах маргіналізації великих груп населення за межами розвиненого світу? чи може практика корпоративного громадянства запобігти деградації середовища проживання людини? Ці запитання актуалізуються у площині політологічного аналізу за умов необхідності перегляду системи відносин «державна – бізнес – суспільство».

На нашу думку, в експертному та діловому співтоваристві відсутні загальновизнані критерії оцінки корпоративного громадянства, позаяк відсутні достовірні показники вимірювання економічної ефективності соціально значимих ініціатив. Окрім цього, ні в бізнес-спільноті, ні за її межами не досягнуто консенсусу щодо суспільної ролі корпорації та можливості повноцінного (у реальній діловій практиці) поєднання економічної й етичної мотивації її діяльності [26, с. 96]. Це актуалізує не лише термінологічну концептуалізацію поняття «корпоративне громадянство», але й уможливорює розгляд такої новітньої практики в розрізі впливу на формування як колективного, так й індивідуального соціального капіталу.

У низці досліджень корпоративного громадянства науковці наголошують, що термін «корпоративне громадянство» широко і не зовсім вірно використовується як синонім корпоративної філантропії, соціальної «включеності» корпорації, корпоративної соціальної відповідальності [26; 41; 50; 88; 103; 119; 129]. У політичному контексті цей термін уживається як метафора соціально відповідальної й етично мотивованої поведінки корпорації на напрямках, що лежать за межами досягнення суто економічних результатів. Однак таке змішування понять не додає чіткості дискусії, до того ж бізнес і взаємодіючі з ним державні структури та некомерційні організації за різними підходами до зобов'язань сторін подекуди вкладають у поняття «корпоративної соціальної відповідальності» і «корпоративне громадянство» різний зміст. Хибним є трактування корпоративного громадянства як прогресивнішої версії доктрини соціальної відповідальності бізнесу, позаяк в основі корпоративного громадянства – не благодійність, допомога потребуючим, а розвиток конструктивних відносин із стейкхолдерами; намагаючись стати «хорошими громадянами», корпорації, які використовують цю концепцію, фактично прагнучи до інтеграції в громадянське суспільство.

На нашу думку, матеріальним підґрунтям корпоративного громадянства є корпоративна соціальна відповідальність, яка визначає, як виробництво товарів і послуг у компанії й організація її внутрішнього управління співвідносяться з інтересами, що виходять за рамки виключно підвищення прибутку. У той же час у доктрини корпоративного громадянства є і суто політичний вимір, спрямований на включення корпорацій у системну взаємодію з іншими соціальними та політичними інститутами. Аналіз діяльності корпорації у термінах корпоративного громадянства можна застосовувати лише тоді, коли бізнес свідомо позиціонує себе в системі суспільних і культурних відносин, а не розглядає їх як «зовнішнє середовище». За такого підходу компанія спроможна самотужки надавати та забезпечувати соціальні права, гарантувати дотримання громадянських прав і виступати одним із каналів реалізації політичних прав. Концептуальною рамкою такої перспективи може служити теорія громадянства як інституту демократичного суспільства [167, с. 124].

І. Семененко звертає увагу, що корпоративне громадянство – стратегія бізнесу щодо взаємодії зі суспільством із метою забезпечення ефективного та сталого розвитку та формування власної репутації як відповідального «корпоративного громадянина», повноправного учасника такого розвитку. У рамках такого підходу бізнес розглядається як ключовий учасник не тільки ринкових, а й інших суспільних відносин. Крім корпорацій, провідні ролі у вибудовуванні системи корпоративного громадянства відіграють інститути держави й міжнародні організації. Безпосередніми учасниками корпоративних відносин виступають місцеві спільноти та асоціації громадян, споживачі, інвестори, акціонери та постачальники («зовнішні» стейкхолдери), а також найманий персонал і менеджмент («внутрішні» стейкхолдери) [119, с. 31-32].

Якщо аналізувати термін «корпоративне громадянство», то з точки зору не економічного, а власне політологічного підходу, корпорацію розуміємо як

інститут сучасного соціуму, елемент системи суспільних інститутів, який інтегрується у політичну систему, стаючи вагомим актором у прийнятті внутрішньодержавних і міжнародних (якщо говорити про транснаціональні корпорації) рішень. Нечіткою є роль поняття «громадянство» у цьому словосполученні, позаяк цей термін позначає головню стійкий політико-правовий зв'язок людини та держави, що проявляється у їхніх взаємних правах і обов'язках. Тому з'ясуємо : чи є саме поняття «громадянство» в цій формулі метафорою або ж воно наділене конкретними системними ознаками?

Корпоративне громадянство як модель співпраці визначає роль корпорації як одного з інститутів, що забезпечують громадянські права людей. Самі не будучи «громадянами» у тому значенні, в якому громадянство є політико-правовим інститутом, корпорації беруть на себе частину функцій у підтримці громадянських прав, які досі були винятковою прерогативою держави [216, с. 12]. Така роль може бути результатом як добровільного вибору, так і тиску з боку учасників, інтереси яких ущемлені діяльністю корпоративного сектора [103, с. 13]. Отже, корпорації виступають свого роду сурогатними громадянами», що не мають правового громадянського статусу, але беруть участь у процесах прийняття рішень.

На нашу думку, розвиток практик корпоративного громадянства сприяє формуванню колективного (корпоративного) соціального капіталу і, водночас, сприяє примноженню індивідуального (приватного) соціального капіталу кожного, хто належить до трудового колективу, який здійснює такі соціально корисні практики. Жити за принципами корпоративного громадянства передбачає : 1) філантропічну відповідальність (жертвувати для суспільства, підвищувати якість життя); 2) етичну відповідальність (не спричиняти шкоди, діяти справедливо); 3) юридична відповідальність («грати лише за правилами»); 4) економічна відповідальність (бути прибутковою структурою, а відповідно – корисним бюджету платником податків).

Корпоративне громадянство є відображенням низки змін у характері розвитку інформаційного суспільства: прискорення розвитку, «стиснення часу», «віртуалізація» відстані, перехід до економіки знань, інновацій і комунікацій [49]. Щоб досягти успіху динамічно змінюваних умовах і перманентних кризах, бізнесу необхідно не тільки презентувати ринку високотехнологічні товари і послуги, а й вибудовувати відносини довіри зі стейкхолдерами. Успішні в останньому компанії не тільки зумовлюють вибір споживача на користь своїх товарів (послуг), а й мають найкращий персонал.

Корпоративне громадянство є моделлю відповідальної суспільної поведінки компанії, націленої на її включення в системну взаємодію з іншими соціальними інститутами для спільної участі у здійсненні стратегії розвитку. Реалізуючи цю модель, компанія розробляє і проводить у життя програми соціально відповідальних ініціатив як у сфері економічної діяльності, так і у природоохоронній та соціальній сферах – за так званою «потрійною лінією відповідальності». Основна увага тут приділяється трудовим стандартам і нормам, роботі з персоналом, природоохоронним заходам і захисту прав людини. Філософія соціально відповідального корпоративного управління покликана мінімізувати ризики глобального розвитку і відповісти на виклики з боку громадянського суспільства. Тиск громадськості нерідко вносить корективи в підприємницькі практики та корпоративні соціальні програми.

Концепція корпоративного громадянства базується на тому, що бізнес :

- а) самостійно шукає адресатів соціальних інвестицій;
- б) знаходить найактуальніші для суспільства теми і вирішує проблеми, що хвилюють більшу частину населення;
- в) домагається від соціальних інвестицій економічної віддачі та вигоди для себе;
- г) залучає людей до вирішення соціальних проблем;
- г) не боїться вступати в протиріччя з державою, відстоюючи інтереси суспільства [197].

Корпоративне громадянство реалізується в трьох вимірах : 1) у діяльності на рівні спільноти (від місцевого до глобального); 2) у виробництві суспільно значущих товарів і

послуг, яке у той же час приносить дохід компанії; 3) у практиках відповідального підприємництва, орієнтованого на впровадження принципів корпоративного громадянства на всіх рівнях корпоративного управління [167, с. 125].

Структура, яка декларує цінності корпоративного громадянства, має перманентно розвиватися, як відкрите співтовариство, відповідальне у соціальному й етичному плані. Для того, щоб підтвердити прихильність принципам поведінки «корпоративного громадянина», компанія повинна дотримуватися орієнтирів сталого розвитку, забезпечувати виробництво етично бездоганних товарів і послуг, сприяти позитивним змінам всередині компанії і за її межами, використовувати в якості мірила успішного розвитку не тільки фінансові, а й неекономічні показники. Не менш важливим є поширення свого позитивного досвіду, прагнення накопичувати й ефективно використовувати людський і соціальний капітал як усередині компанії, так і за її межами. При цьому соціально орієнтована діяльність, у тому числі і залученість у реалізацію завдань розвитку місцевих громад і територій присутності компанії – важлива складова корпоративного громадянства, позаяк вона передбачає взаємодію з зацікавленими групами. Однак не можна просто «підігнати» під цю модель існуючі позитивні практики. Корпоративне громадянство має переглянути традиційну модель ведення бізнесу та вимагає прийняття на себе системи зобов'язань і суттєвих змін всередині самої компанії [167, с. 125-126].

Сьогодні громадськість сприймає корпоративне громадянство як засіб забезпечення культурних, організаційних змін у підприємницькому середовищі і в колі взаємодіючих із бізнесом соціальних акторів. Така трансформація принципів взаємодії може закласти основи для нового соціального контракту між бізнесом і громадянським суспільством, у довгостроковій перспективі – для забезпечення керованості процесами розвитку. В основі цього підходу – питання про соціальну та політичну

суб'єктність корпорації, яка поряд із економічними цілями робить стратегічний вибір на користь суспільного блага – розвитку людського капіталу та підтримки середовища проживання, і відстоює цей вибір в рамках стратегії розвитку бізнесу.

Системою координат для опису такої перспективи й може стати теорія громадянства як інституту демократичного суспільства. За винятком моделі «ліберального мінімалізму», яка визнає тільки політико-правовий статус інституту громадянства й орієнтує на захист прав громадян від посягань держави, інші моделі (розвиваючої демократії, деліберативної демократії та ін.) припускають, окрім визнання правового статусу індивіда, різні форми участі громадян в політичному управлінні [221]. Такі можливості не обмежуються індивідуальною участю, вони поширюються і на корпорації як на виразників групових інтересів. У число «сурогатних громадян», що не мають правового статусу, але залучені в процеси прийняття рішень, потрапляють не лише корпорації як «групи інтересів особливого роду», але і інші суб'єкти політичного процесу. Це різні групи соціальних інтересів (профспілки, асоціації споживачів і под.) і нові соціальні рухи. Підхід, орієнтований на критерій залученості в управління громадськими процесами, дозволяє провести паралелі між індивідуальним і корпоративним громадянством, формувати механізми та норми корпоративної участі [218, с. 21].

Громадська активність персоналу як усередині, так і поза корпорацій ставить питання про ширше трактування самого поняття «громадянське суспільство» і «громадянськість». На Конгресі Міжнародної асоціації політичних наук у 2000 р. в одній із доповідей аналізувалося кілька «рівнів» громадянства – мікро–, міді–, макро– і метагромадянство [237, с. 17-21]. Перший рівень (micro) – громадянство на робочому місці, другий (midi) – групова громадянська активність у процесі прийняття рішення у виробничому процесі і на місцевому рівні; третій (macro) – альтруїстична

активність індивідів на комунальному та національному рівнях; четвертий (meta) – активність на рівні суспільства в цілому. Щодо цього Є. Перегудов слушно підкреслює : така синтетична модель має кілька вимірів, але одне загальне джерело – громадянина з його прагненням до конструктивної громадянської активності [103, с. 16-17].

Експерти з Центру досліджень корпоративного громадянства при Бостонському коледжі характеризують корпоративне громадянство як поступальний процес руху від «первинних форм» громадянства (сплата податків, забезпечення зайнятості, дотримання законів) до стадії «залученості» (корпоративна філантропія, природоохоронні ініціативи), соціальних «інновацій» (через взаємодію зі стейкхолдерами), інтеграції (послідовна прихильність принципам сталого розвитку в корпоративній політиці) і «трансформації» (зміна «правил гри» у взаємодії з суспільством) [217, с. 3]. Вони ж підкреслюють, що основою корпоративного громадянства є прихильність компанії до принципів суспільного договору.

Один із істотних аспектів взаємодії у публічно-приватному партнерстві – це зміна ролі держави : відхід від неоліберальних принципів «чистого ринку», відповідно до яких держава повністю відсторонюється від втручання в сфери економіки, що знаходяться за межами його прямих управлінських функцій (оборона і військово-промисловий комплекс, деякі інфраструктурні галузі тощо). В організації роботи механізмів публічно-приватного партнерства держава в особі структур на місцях дедалі частіше виступає ініціатором або «стимулятором» партнерських відносин, особливо щодо соціальної або інноваційної активності. Під час такої взаємодії складаються «нові» соціальні партнерства, які об'єднують людей і організації, що представляють державу, бізнес і громадські інтереси, орієнтовані на досягнення загальних соціально значущих цілей.

На наше переконання, саме некомерційні організації можуть виступати як посередники між бізнесом і спільнотами громадян у наданні соціальних

послуг, позаяк саме некомерційні організації є свого роду експертами в різних сферах соціальної діяльності.

Конкретні прояви корпоративного громадянства як механізму накопичення соціального капіталу можна помітити у намаганні світової громадськості, бізнес-структур у 2015 р. оперативно відреагувати на світову кризу з біженцями у напрямку організації заходів для підтримки людей, змушених залишити конфліктні території. Компанії : 1) надають фінансову підтримку агентствам ООН, різноманітним фондам і програмам; 2) спряють найму, навчанню біженців; 3) організовують корпоративне волонтерство щодо постраждалих громадян тощо.

Ми погоджуємося із М. Ківаріною, яка слушно підкреслює, що в цілому для Європи характерна тенденція до системного бачення проблем взаємодії бізнесу та суспільства. Це не означає абсолютного визнання європейською бізнес-спільнотою практик корпоративної соціальної відповідальності як складової стратегії підвищення конкурентоздатності. Втім, вони ефективно використовуються як : механізм залучення бізнес-компаній у публічну сферу; майданчики взаємодії з органами управління (окрім традиційних фіскальних служб та органів регулювання праці); інструмент зворотнього зв'язку зі споживачами, місцевими спільнотами, іншими групами інтересів [50, с. 10-11].

На сучасному етапі розвитку України одним із головних чинників, що визначає перспективи суспільства і державності, є культура взаємин держави, бізнесу та суспільства. На відміну від колишніх реалій, коли інтереси корпорацій і держави перепліталися в економіці та в політиці, зростає роль їх взаємодії як суб'єктів соціальних відносин, що суттєво впливає на характер і обсяг здійснюваних корпораціями соціальних інвестицій. Вітчизняною особливістю є низька легітимність корпоративної власності, пов'язана з неприйняттям населенням її «законності». Дефіцит легітимності безпосередньо пов'язаний із відсутністю у корпорацій повноцінного

політичного ресурсу для встановлення і підтримки свого суспільного статусу і паритетних відносин з владою, а також з відсутністю довіри між суспільством і бізнесом, що є важливою умовою для конструктивної взаємодії між ними.

На шляху впровадження принципів корпоративного громадянства у вітчизняних компаніях є низка перешкод, зокрема низький рівень інформаційної прозорості, чіткості та структурованості даних, які оголошуються. Можна констатувати відсутність чітких критеріїв відбору та подальшої оцінки ефективності реалізованих корпоративних соціальних проектів у багатьох великих компаніях. Корпоративна соціальна відповідальність у вітчизняному бізнесі в багатьох випадках продовжує асоціюватися з PR та замикається на відповідних службах компанії. Як наслідок, широкої громадськості представляється лише одна позитивна сторона справ, а не реальна практика з усіма складнощами і проблемами. Така ситуація перетворює роль корпоративної соціальної відповідальності і корпоративного громадянства в Україні зі стратегічної в «косметичну».

Слушною є позиція О. Сиченко про те, що особливостями втілення концепції корпоративного громадянства в Україні є несумісність спадкової системи державного патерналізму з новими соціально-економічними умовами, незрілість корпоративного сектору, низька легітимність власності, незначна інформаційна прозорість, відсутність чітких критеріїв відбору та подальшої оцінки ефективності реалізованих корпоративних соціальних проектів у багатьох великих компаніях, соціальна інерція, стихійність процесу інституціоналізації корпоративних соціальних інвестицій, низький рівень довіри між суспільством і бізнесом [129].

Ми погоджуємося з вітчизняними дослідниками, які у своїх розвідках підкреслюють, що у сучасних реаліях українського суспільства тристоронні відносини влади, суспільства і бізнесу щодо соціальної сфери не сприймаються як триєдина модель [167, с. 128]. Спадкове сприйняття ролі

першого компонента як виключного носія якості вирішення соціальних питань накладає на державні владні структури майже стовідсоткову відповідальність за усунення недоліків ринкової системи в цій сфері. Це суттєво відрізняється від тенденцій в економічно розвинених країнах. Виконання зобов'язань перед державою вже не є достатнім, щоб утримувати конкурентні позиції у світових масштабах. В Україні існує зневіра у владі, недовіра до бізнесу, розрахунок особи лише на себе, але парадоксальна соціальна інерція, що існує в суспільній думці, паралізує розвиток активної громадської позиції більшості, як громадян-особистостей, так і громадян-корпорацій. У той же час система відносин «державна – бізнес – суспільство» має бути переглянута з огляду на зростання значимості як соціальних цінностей, так і бізнес-спільноти перед обличчям викликів глобалізації.

Прикладом втілення корпоративної соціальної відповідальності є популярні у світі кампанії «Bike to work» («Велосипедом на роботу»). Заохочення працівників приїжджати на роботу велосипедом за допомогою доплати до зарплати (Нідерланди, Велика Британія, Бельгія); таким працівникам, доплачують (неоподатковувано) за кожен велокілометр. Зазвичай виплати проводять самі роботодавці за сприяння держави. Роботодавці підтверджують: працівники-велосипедисти працюють краще, хворіють рідше, на роботу не спізнюються. Конкурс «Велопрацедавець року» проводиться в Україні з 2010 р. і поповнюється на десяток нових компаній щороку. Переможцем конкурсу «Велопрацедавець» стає організація, що заохочує використання велосипедів серед своїх працівників: має велопарковку, душові кабінки, дає надбавки або безкоштовні сніданки для велосипедистів. Найчастіше такими переможцями стають стали ІТ-компанії.

Методом пропаганди велоруку є блоги, наприклад, Cycle Chic (Велошик) має понад 20 тисяч читачів; це поштовх до цілковито нової хвилі велосипедної культури. Серед учасників Cycle Chic блогів – Київ, Одеса,

Львів і Харків. Велопаради є одним із найкращих способів заохочення мешканців міста користуватися велосипедом [152].

Приклади корпоративної соціальної відповідальності демонструють не лише громадські організації, а й бізнес-структури різного рівня. Наприклад, Інститут дерматології та косметології доктора Богомолець за власний рахунок проводить лазерне лікування постопікових келоїдних рубців шкіри обличчя, рук, шиї, що з'явилися у українських військових та мирних громадян, постраждалих в зонах проведення АТО. Виробники надають для бійців АТО тони питної води («IDS Group Ukraine»). Мережі супермаркетів та ринки передавали в зону антитерористичної операції крупи, консерви та олію; на їхніх торгових площах проводиться збір допомоги від населення. Хлібозаводи, виробники олії (наприклад, «Майола») та інших продуктів харчування передають вироблену продукцію на потреби армії через громадські організації та релігійні громади, що взяли на себе координацію частини питань матеріально-технічного забезпечення армії, які мали б бути проблемою виключно держави. Швейні цехи шиють для військових та добровольців футболки, приватні готелі допомагають засобами гігієни – таких прикладів можна навести чимало. Нами уже згадувалося про підтримку закладами туристичної інфраструктури великих міст ідеї включення до рахунку клієнтові рядка про добровільний переказ 1 гривні на потреби армії

Отже, корпоративні суб'єкти постають як елементи у системі накопичення соціального капіталу, включаючись у соціально значимі проекти та беручи додаткову відповідальність за своїх працівників; корпоративне громадянство можна розглядати як механізм, який може ефективно застосовуватися, з одного боку, для розв'язання суспільно значимих соціальних, екологічних, економічних проблем, а з іншого – практика корпоративного громадянства є внеском у накопичення як індивідуального (щодо працівників), так і колективного (щодо суб'єкта підприємництва) соціального капіталу.

Висновки до розділу 4.

Рівень соціального капіталу в Україні є недостатнім (співвідносно до рівня високорозвинутих країн), але фіксується тенденція його поступового зростання, формується система горизонтальних суспільних зв'язків, які забезпечують успішну соціальну взаємодію.

В Україні «соціальний» найчастіше асоціюється з дотаційним, витратним, пасивним; це суперечить змісту соціального капіталу, покликаного сприяти активізації людських ресурсів, їх переходу зі стану об'єкта в суб'єкт впливу. Український соціум намагається викоринити «негативний» (за П. Бурд'є) соціальний капітал, в основі якого – непотизм, кумівство. Сформувати та накопичити високий соціальний капітал адміністративними методами неможливо; досягненню високого рівня соціального капіталу передують довготривала робота спільноти над собою, не лише схвалення, але й практична опора на певні цінності.

Соціальний капітал викристалізовується в процесі прийняття колективних рішень; часто такі процеси мають протестний характер. Для України останніх років характерне стрімке зростання самоорганізації та формування взаємодовіри. Поступово зростає кількість тих, хто розуміє алгоритми прийняття колективних рішень; в основі активізації соціального капіталу українців – ідея самоорганізації знизу. За сучасних умов повинна мінятися роль місцевих органів влади, підвищуватися взаємозалежність із бізнесом і громадськими об'єднаннями.

Вважаємо, що однією із найважливіших технологій формування та подальшого нарощування соціального капіталу є технологія громадського лобіювання. Вона уможлиблює взаємодію у системі «громадськість – влада», «громадськість – бізнес» для позиціонування громадських інтересів та подальшого прийняття рішень, які відповідні інтересам громади як лобіста.

Такий інститут, як громадське лобіювання, та й лобіювання у його цивілізованому форматі у цілому, в Україні є новим, неунормованим, а окрім цього ще й дискредитованим практикою «квазілобізму». Останній через підміну понять асоціюється в громадян із корупцією, позаправовим впливом на діяльність органів державної влади в інтересах вузько-соціальних груп, кланів, бізнес-еліт.

Існує нагальна потреба перегляду системи відносин у системі «державна – бізнес – суспільство». Корпоративне громадянство – стратегія бізнесу щодо взаємодії зі суспільством із метою забезпечення ефективного та сталого розвитку та формування власної репутації як відповідального «корпоративного громадянина», повноправного учасника такого розвитку. У рамках такого підходу бізнес розглядається як ключовий учасник не тільки ринкових, а й інших суспільних відносин. Корпоративне громадянство окреслює соціально відповідальну й етично мотивовану поведінку бізнес-структур на напрямках, що лежать за межами досягнення суто економічних результатів.

ВИСНОВКИ

Осмищення політологічного підходу до соціального капіталу, основних політичних механізмів його активізації дозволило зробити певні наукові висновки.

1. Соціальний капітал (у сфері політики) визначається нами як рівень кооперації, спрямований на досягнення загальнозначимих політичних цілей, чисельність організацій взаємодопомоги, щільність (насиченість зв'язків) неформальної мережі, ступінь довіри до інших людей, різних інституцій. Концепція соціального капіталу знаходиться на стадії кристалізації методологічної основи; складаючись із різних наукових напрямків, теорії соціального капіталу, дозволяють проаналізувати форми та наслідки соціальних відносин, довіри до органів влади та неполітичних інститутів, соціальні мережі й якість життя. Концепт «соціальний капітал» є міждисциплінарною категорією; це вид ресурсу, доступний індивідуальному чи колективному актору (суб'єктові); це певний потенціал взаємної довіри та взаємодопомоги, що виникає та підтримується в міжособистісних стосунках, що є певною системою. Елементами структури соціального капіталу є соціальні мережі, зобов'язання, очікування та надійність структури, інформаційні канали, соціальні норми й ефективні санкції за їх порушення, соціальна довіра. Соціальний капітал становить певний вид ресурсу, доступний як індивідуальному, так і колективному актору. Соціальний капітал проявляється саме в системі соціальних зв'язків між акторами (ними є як індивіди, так і організації, так звані «корпоративні актори»). Його рівень може бути високим лише в суспільстві з розвиненими громадськими інститутами, які здатні забезпечити високий рівень соціального капіталу.

2. Концепція соціального капіталу демонструє багатогранне трактування, однак має багато спільного в інтерпретації різними авторами. П. Бурдьє робить акцент на певних корисних ресурсах, доступних людям через їх соціальні зв'язки, і розглядає сім'ю серед перших джерел

формування соціального капіталу. Дж. Коулман підкреслює роль інформаційних каналів у формуванні та підтримці соціального капіталу, а також тісний взаємозв'язок соціального капіталу та капіталу людського (освіта та виховання), а особливо наголошує на ролі останніх у формуванні соціального капіталу. Ф. Фукуяма особливу роль відводить довірі як фундаментальної складової соціального капіталу, фактично зрівнює соціальний капітал і довіру. Ф. Фукуяма та Р. Патнам акцентують увагу на ціннісно-нормативному та комунікативному аспектах соціального капіталу, який включає в себе цінності та норми, завдяки яким стають можливими колективні дії у групах людей.

3. Політичний механізм є системою засобів реалізації політичних завдань, конкретних політичних завдань, сукупності певних процедур, прийомів; це сукупність видів діяльності суб'єктів, гарантованих законом і включених у динаміку практично-політичних відносин, які охоплюють усі стадії розвитку та функціонування політичної системи. Політичний механізм активізації соціального капіталу – сукупність дій, спрямованих на формування та закріплення соціально-політичних норм (включаючи і норми соціальної взаємодії) та зростання формування соціальної довіри. Політичні механізми формування соціального капіталу призначені для генерування соціального капіталу; вони мають визначену структуру, сукупність правових норм, методи, засоби, інструменти державного та позадержавного впливу на суб'єктів та об'єкти політики. Політичні механізми формування соціального капіталу можна розділити на механізми формування і закріплення соціальних норм; механізми формування соціальної довіри. У процесі їх реалізації постають проблеми пошуку нових форм взаємодії органів державної влади та інститутів місцевого самоврядування з громадянським суспільством; налагодження системи інформування населення про діяльність влади, намагання забезпечити сталий зворотній зв'язок між інститутами влади та громадянами

у рамках формування культури державно-громадського управління; можливості використовувати механізми та інструментарію електронної демократії на центральному та місцевому рівнях державного управління; запровадження механізмів громадської експертизи; впровадження інших сучасних діалогових форм політичної комунікації. Зростанню соціального капіталу сприятиме переформатування громадянина в е-громадянина, попри організаційно-матеріальну складність.

4. Незважаючи на певні відмінності у трактуванні дослідниками сутності соціального капіталу, домінує підхід, за яким соціальний капітал формується саме через наявність взаємної довіри. Довіра є інтегральним показником соціального капіталу, бо відображає сукупність неформальних норм у дії. Оскільки у системі механізмів формування соціального капіталу первинне місце займають механізми формування соціальної довіри, то механізм активізації соціального капіталу політичними методами доречно розробляти через підвищення рівня довіри. Ресурси соціального капіталу збільшуються із зростанням довіри членів громади один до одного та до влади. Необхідними умовами зростання довіри є: регулярне інформування органами влади населення про результати своєї діяльності на прозорих і відкритих засадах; реальний антикорупційний вектор; подальший розвиток інформаційного суспільства; незалежні медіа. Розвитку довіри в системі «влада – громадянин» сприяє розвиток е-урядування та побудови держави сервісного типу.

5. Комунікація є одним із найдієвіших механізмів нарощування соціального капіталу завдяки здатності об'єднати великий людський колектив, перетворити його на діяльну спільноту. Соціальний капітал накопичується у процесі комунікації шляхом освоєння політичного досвіду, коли відбираються певні зразки та цінностей, формується політична культура, з'являються нові соціальні норми та стереотипи, відбувається оперативна мобілізація на певну політичну дію (чи бездіяльність). Від якості

комунікативного дискурсу в системі «суспільство – влада» залежить ефективність політичної модернізації. Швидкі зміни інформаційних технологій ставлять перед суб'єктами політики завдання брати більш активну участь у формуванні нових інформаційних середовищ, спільнот та мереж. Соціальний капітал необхідно нарощувати шляхом збільшення ефективності комунікативних практик, коли суб'єкти політики мусять переходити у площину сучасних технологій та нових комунікаційних форматів із суспільством. Нові форми комунікації держави і суспільства створюють передумови розвитку інститутів та організацій громадянського суспільства, сприяють ефективному накопиченню соціального капіталу. Розвиток Інтернет-технологій значно розширює первинну зону практично кожного користувача, тим самим підвищуючи його особистий соціальний капітал.

6. Рівень соціального капіталу в Україні недостатній (співвідносно рівня високорозвинутих країн), але фіксується тенденція його стрімкого зростання, детонована подіями 2013-2015 років; поступово формується система ефективних горизонтальних суспільних зв'язків, які забезпечують успішну соціальну взаємодію. Ще не подоланий стереотип сприйняття «соціального» як дотаційного, витратного, пасивного; це суперечить змісту соціального капіталу, покликаного активізувати людські ресурси. Складним завданням є викорінення так званого «негативного» соціального капіталу, в основі якого – непотизм, кумівство, економіко-політична клановість. Сформувати та накопичити високий соціальний капітал адміністративними методами неможливо – тільки швидкі й ефективні кроки для відродження довіри до влади, підвищення ефективності управління та досягнення відчутних економічних результатів, прозора кадрова політика, реальна (а не декларативна) боротьба з корупцією, впровадження європейських стандартів захисту прав і свобод громадян і под. Соціальний капітал формується в процесі прийняття колективних рішень; для України від кінця 2013 р. характерне зростання самоорганізації, поступове збільшення

кількості тих, хто розуміє алгоритми прийняття колективних рішень; в основі активізації соціального капіталу українців – ідея самоорганізації знизу. За сучасних умов повинна мінятися роль місцевих органів влади, підвищуватися їх взаємозалежність із бізнесом і громадськістю.

7. Механізмом накопичення соціального капіталу є, на нашу думку, громадський лобізм – взаємодія громадян, їх організованих груп із органами влади, компаніями та некомерційними організаціями для просування громадських інтересів із метою прийняття рішень, відповідних інтересам громадян. Інститут громадського лобіювання в Україні є не лише новим і невнормованим, але й асоціюється в громадян із корупцією, позаправовим впливом на діяльність органів державної влади в інтересах вузько-соціальних груп. Оскільки вітчизняні громадські організації не мають права законодавчої ініціативи, то лобіювання є шляхом представлення інтересів громадськості. Сьогодні є суспільний запит на участь громадськості в прийнятті політичних рішень, для конструктивної співпраці влади з інститутами громадянського суспільства. Напрямами сучасного громадського лобіювання є : проведення конкретних пропонованих реформ; права людини; антикорупційні й люстраційні заходи; природозберігання тощо. Громадське лобіювання є прямим правовим шляхом представлення інтересів громадських організацій; завдячуючи ініціативі «знизу» забезпечується вплив ініціативної громадськості на діяльність органів державної влади й інститутів місцевого самоврядування. Громадський лобізм відповідає сучасному суспільному запиту на участь громадськості в прийнятті найважливіших політичних рішень.

8. Сьогодні модифікується система відносин у системі «державна – бізнес – суспільство». Корпоративне громадянство є стратегією бізнесу щодо взаємодії зі суспільством із метою забезпечення ефективного та сталого розвитку та формування власної репутації як відповідального «корпоративного громадянина», повноправного учасника такого розвитку.

Бізнес постає за такого підходу як ключовий учасник не тільки ринкових, а й інших суспільних відносин. Корпоративне громадянство окреслює соціально відповідальну й етично мотивовану поведінку бізнес-структур на напрямках, що лежать за межами досягнення винятково економічних результатів. Суб'єкти господарювання, які реалізують концепцію корпоративного громадянства, фактично прагнуть до інтеграції в громадянське суспільство; бізнес свідомо позиціонує себе в системі суспільних і культурних відносин, а не розглядає їх як «зовнішнє середовище». Компанія може сама надавати та забезпечувати соціальні права, гарантувати дотримання громадянських прав і виступати одним із каналів реалізації політичних прав. Корпорації беруть на себе частину функцій у підтримці громадянських прав, які досі були винятковою прерогативою держави. Практика корпоративного громадянства є внеском у накопичення як індивідуального (щодо працівників), так і колективного (щодо суб'єкта підприємництва) соціального капіталу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адам Ф. Социальный капитал в европейских исследованиях / Ф. Адам, Д. Подменик // Социс. – 2010. – № 11. – С. 35-48.
2. Аккреман Ф. Экономика в контексте / Ф. Аккреман, О. Ананьин, Т. Вайскопф, Н. Гудвин // Вопросы экономики. – 1997. – № 2. – С. 134-147.
3. Александрова О. С., Варинський В. О. Соціальний капітал / О. С. Александрова, В. О. Варинський // Політологія : навч. енцикл. словник-довідник для студентів вищ. навч. закл. / За заг. ред. Н. М. Хоми [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. – Л. : Новий Світ-2000, 2014. – 790 с. – С. 623-624.
4. Алоян А. Е. Теоретико-методологічні основи дослідження поняття «соціальний капітал» / А. Е. Алоян // Вісн. Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. Серія : Політологія. Філософія. – 2012. – Вип. 107. – С. 5-8.
5. Альберда Т. Г. Механізм як загальнонаукова і правова категорія («правовий механізм») / Т. Г. Альберда // Молодий вчений. – 2013. – № 2 (02). – С. 64-68.
6. Андрущенко Г. І. Характер та особливості взаємозв'язку довіри і соціального капіталу / Г. І. Андрущенко // Український соціум. – 2010. – № 2. – С. 7-12.
7. Багнюк А. Л. Соціальний капітал і квантифікація суспільних процесів у сучасному соціумі / А. Л. Багнюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.filosof.com.ua/Jornel/M_71/Bahnuk.pdf. – Назва з екрана.
8. [Безп'ятчук](#) Ж. Як далеко сягають «хештег-шторми» МЗС? / Ж. Безп'ятчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.radiosvoboda.org/content/article/27233777.html>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 30.09.2015.
9. Береза А. В. Реформування публічної влади: сучасні концепції та політична практика : монографія / А. В. Береза. – К. : Логос, 2012. – 360 с.

10. Бліхар В. Флешмоб політичний (полімоб) / В. Бліхар // Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори) / І. Я. Вдовичин, Л. Я. Угрин, Г. В. Шипунов та ін.; за заг. ред. Н. М. Хоми. – Л. : Новий світ-2000, 2015. – 492 с. – С. 410-411.
11. Бова А. Соціальний капітал в Україні : досвід емпіричного / А. Бова // Економічний часопис ХХІ. – 2003. – № 5. – Електронне фахове видання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://soskin.info/ea/2003/5/20030517.html>. – Назва з екрана.
12. Бондаренко М. Ю. Соціальний капітал як основа розвитку громадянського суспільства / М. Ю. Бондаренко // Державне управління : теорія та практика. – 2011. – № 2. Електронне фахове видання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej14/txts/Bondarenko.pdf>
13. Брун О. Е. Развитие теории социальной сети / О. Е. Брун // Вестник МГИМО-Университет, 2011. – № 1 (16). – С. 236-241.
14. Була С. Локальна демократія / С. Була // Політологія : навчальний енциклопедичний словник довідник / за наук. ред. д-ра політ. н. Хоми Н. М. [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. – Л. : Новий Світ-2000, 2014. – 779 с. – С. 363-364.
15. Бурдые П. Социология политики / сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. – М. : Socio-Logos, 1993. – 336 с.
16. Бурдые П. Формы капитала / П. Бурдые // Экономическая социология. – Т. 6. – 2005. – № 3. – С. 60-74.
17. Бучин М. Твіттер-дипломатія / М. Бучин // Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори) / І. Я. Вдовичин, Л. Я. Угрин, Г. В. Шипунов та ін.; за заг. ред. Н. М. Хоми. – Л. : Новий світ-2000, 2015. – 492 с. – С. 382.

18. В Україні зростає кількість користувачів Twitter та Instagram. Інфографіка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://life.pravda.com.ua/technology/>
19. Варинский В. Доверие как составляющая и предпосылка социального капитала / В. Варинский // *European political and law discourse*. – 2014. – Vol. 1. – Issue 2. – С. 55-64.
20. Варинський В. О. Довіра як передумова формування соціального капіталу : Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (15 квітня 2014 р., Луцьк) [«Політологічні читання імені професора Богдана Яроша»]. – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – Вип. 3. – 240 с. – С. 28-30.
21. Варинський В. Концептуальні підходи до визначення поняття «соціальний капітал» / В. Варинський // *Панорама політологічних студій : наук. вісн. Рівнен. держ. гуманіт. ун-ту*. – Рівне : РДГУ, 2013. – Вип. 11. – С. 60-66.
22. Варинський В. Концепція соціального капіталу П'єра Бурдьє / В. Варинський // *Держава і право*. – 2014. – Вип. 62. – С. 509-515.
23. Варинський В. Коулман Джеймс Самюель // *Історія політичної думки : навч. енцикл. словник-довідник для студентів вищ. навч. закл. / За заг. ред. Н. М. Хоми [В. М. Денисенко, Л. Я. Угрин, Г. В. Шипунов та ін.]*. – Л. : Новий Світ-2000, 2014. – 765 с. – С. 337-339.
24. Варинський В. Мережева (он-лайнова) комунікація як джерело формування соціального капіталу / В. Варинський // *Держава і право*. – 2014. – Вип. 63. – С. 374-380.
25. Варинський В. Політичний механізм формування соціального капіталу / В. Варинський // *Вісн. Львів. ун-ту. Серія : «Філософ.-політол. студії»*. – 2014. – Вип. 4. – С. 142-149.
26. Варинський В. О. Популяризація концепції корпоративного громадянства в рамках підвищення культури взаємин української держави, бізнесу та суспільства / В. О. Варинський, Н. М. Хома : Матеріали VII Міжн. наук.-практ. конференції з питань патріотичного виховання молоді «Патріотичне

- виховання громадян в умовах інтеграційних процесів» (07-08 листопада 2013 року, Запоріжжя). – Запоріжжя : Акцент Інвест-трейд, 2014. – 589 с. – С. 95-102. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ocpvm.org.ua/konferentsiya>. – Назва з екрана.
27. Варинський В. О. Соціальний капітал як основа розвитку громадянського суспільства: проблема формування : Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (28 лютого 2014 р., Полтава) [«Компетентність особистості в контексті сучасних соціальних трансформацій»]. – Полтава : ТОВ «Техсервіс», 2014. – С. 13-14.
28. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. – К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2001. – 1440 с.
29. Висоцька О. М. Удосконалення діалогу органів влади і громадськості на регіональному рівні [Електронний ресурс] / О. М. Висоцька // Державне управління : теорія та практика. – 2012. – № 2. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Dutp_2012_2_37.pdf. – Назва з екрана.
30. Владимиров М. В. Комунікативні аспекти політичної модернізації суспільних відносин / М. В. Владимиров // Теорія та практика державного управління. – Вип. 3 (42). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2013-3/doc/1/20.pdf>. – Назва з екрана.
31. Геец В. М. Доверие как элемент социального капитала в экономическом развитии Украины / В. М. Геец // Экономическая теория. – 2010. – № 3. – С. 7-19.
32. Герман М. Г. Теорії соціального капіталу в аналітичній перспективі вивчення євроінтеграційних процесів / М. Г. Герман // Вісн. НТУУ «КПІ». Серія : Політологія. Соціологія. Право. – 2011. – Вип. 4 (11). – С. 105-109.
33. Горбачев М. С. Грани глобализации : Трудные вопросы современного развития / М. С. Горбачев и др. – М. : Альпина Паблишер, 2003. – 592 с.
34. Громадянське суспільство та соціальні перетворення в Україні : Тези наукової конференції ЛНУ імені Івана Франка. 13-15 грудня 2001 р. – Л. ,

2001. – С. 54-55 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.politics.lviv.ua/society/capital.html>
35. Гугнін Е. Феномен соціального капіталу / Е. Гугнін, В. Чепак // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2001. – № 1. – С. 49-56.
 36. Давыдова Н. М. Социальный капитал как фактор формирования и воспроизводства социальных неравенств / Н. М. Давыдова // Россия реформирующаяся : ежегодник / отв. ред. М. К. Горшков. – Вып. 6. – М., 2007. – С. 169-182.
 37. Даниленко С. І. Громадянський вимір інформаційно-комунікаційної революції : концептуально-теоретичні та політико-прикладні аспекти : автореф. дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.03 / Сергій Іванович Даниленко. – К. : Б. в., 2011. – 36 с.
 38. Даниленко С. І. Громадянський вимір комунікаційної революції : модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж / С. І. Даниленко. – К. : ІМВ, 2010. – 310 с.
 39. Демків О. Соціальний капітал : теоретичні засади дослідження та операціональні параметри / О. Демків // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2004. – № 4. – С. 99–111.
 40. Демків О. Б. Мережеві параметри соціального капіталу / О. Б. Демків // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : Зб. наук. праць. – Х. : Видавн. центр Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – 2004. – С. 167-170.
 41. Дзевелюк М. В. Концепція корпоративного громадянства в сучасній державі як феномен глобалізаційних процесів / М. В. Дзевелюк // Науковий вісник Херсон. держ. ун-ту. – 2014. – С. 133-138.
 42. До прозорості через публічні консультації та комунікацію // Урядовий кур'єр. – 2012. – 24 жовтня. – № 194 (4838). – С. 14.

43. Економіка знань : виклики глобалізації та Україна / А. П. Гальчинський, С. В. Львовичкін, В. П. Семиноженко. – К. : НІСД, 2004. – 261 с.
44. Єлагін В. П. Про сутність поняття «соціальний капітал» та його роль у процесі розбудови соціальної держави / В. П. Єлагін // Актуальні проблеми державного управління. – 2011. – № 1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2011-1/doc/1/05.pdf>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 17.04.2014.
45. Жукровський Я. Хто така громадськість і з чим її «їдять»? / Я. Жукровський / Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/columns/2014/07/14/7029139/>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 19.08.2014.
46. Закон України «Про додаткові заходи стосовно впорядкування активності громадян у соціальних мережах» від 16.01.2014 // Голос України. – 2014. – 21 січня. – № 10 (5760).
47. Ігнатоля Н. І. Соціальний капітал : теоретичні підходи до визначення / Н. І. Ігнатоля // Соціальні технології : актуальні проблеми теорії та практики : зб. наук. праць / Класич. приват. ун-т; [гол. ред. : Д. М. Ядранський]. – Запоріжжя : КПУ, 1998. – Вип. 54. – 2012. – С. 7-15.
48. Казакова С. Н. Базовые институты формирования социального капитала / С. Н. Казакова // Институциональная экономика – теоретическая основа современных прикладных исследований : материалы междунар. науч.-практ. конф. «Развитие прикладных экономических исследований на основе институциональной теории и методологии» / под ред. А. В. Черноволова. – Брест, 2008. – С. 69-72.
49. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, власть и общество / М. Кастельс. – М. : ГУ-ВШЭ, 2000. – 608 с.
50. Киварина М. В. Корпоративное гражданство : модели развитых стран / М. В. Киварина // Вестник Новгород. гос. ун-та им. Ярослава Мудрого. – 2012. – № 69. – С. 8-11.

51. Кількість користувачів Facebook в Україні за рік зросла на 30 % [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://imi.org.ua/news/50284-kilkist-koristuvachiv-facebook-v-ukrajini-za-rik-zroslo-na-30.html>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 15.09.2015.
52. Кількість регулярних інтернет-користувачів в Україні зросла до 21,8 млн [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://gazeta.ua/articles/life/_kilkist-regulyarnih-internetkoristuvachiv-v-ukrayini-zroslo-do-218-mln/633061. – Назва з екрана. – Дата звернення : 24.06.2015.
53. Кінець ери цензури і заборон в Інтернеті – безкоштовний Wi-Fi для всього світу: Аутернет прийде на зміну Інтернету в 2015 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://novaukraina.org/news/urn:news:133E7D2>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 17.03.2015.
54. Кіреєва О. Тенденції розвитку теорії «соціального капіталу» / О. Кіреєва // Публічне адміністрування : теорія та практика. Електронний збірник наукових праць. – 2009. – Вип. 1 (1) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2009-01/KireevaStat.pdf>. – Дата звернення : 20.05.2014.
55. Кожем'якіна О. М. Влада довіри як легітимація порядності та компетентності / О. М. Кожем'якіна // Мораль і влада : матеріали наукової конференції 16 грудня 2014 р., м. Київ / НАН України, Інститут філософії імені Г. С. Сковороди; Національна експертна комісія України з питань захисту суспільної моралі. – К., 2014. – 96 с. – С. 16-19.
56. Кожем'якіна О. М. Національно-культурне підґрунтя довіри : досвід Японії у трактовці Ф. Фукуями / О. М. Кожем'якіна // Наука. Релігія. Суспільство. – 2010. – № 2. – С. 284-289.
57. Козлов К. І. Розвиток соціального капіталу в умовах політичної модернізації органів влади / К. І. Козлов // Актуальні проблеми державного управління. – 2011. – № 2 (40). [Електронний ресурс]. – Режим

- доступу : <http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2011-2/doc/4/02.pdf>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 14.08.2015.
58. Козлова А. В. Политические механизмы обеспечения безопасности государства в экономической сфере : автореф. дис. ... докт. полит. наук. : 23.00.02 / А. В. Козлова; Рос. гос. соц. ун-т. – М., 2009. – 47 с.
59. Кому більше довіряють українці: владі, громадськості, ЗМІ? – загальнонаціональне опитування. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dif.org.ua/ua/polls/2015a/komu-bilshe-doannja.htm>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 29.09.2015.
60. Коноплицький С. М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет : феноменологічний аналіз : автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.01 / С. М. Коноплицький; Ін-т соціології. – К., 2007. – 17 с.
61. Корнев М. О. О политических механизмах регулирования общественных отношений / М. О. Корнев // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tstu.ru/education/elib/pdf/st/2005/kornevs.pdf>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 29.07.2013.
62. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 122-139.
63. Красилова А. Н. Социальный капитал как инструмент анализа неравенства в российском обществе / А. Н. Красилова // Мир России. – 2007. – № 4. – С. 160-180.
64. Круглашов А. М. Громадські ради як комунікатор між владою та організованою громадськістю : регіональний досвід і потенціал розвитку / А. М. Круглашов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.dif.org.ua/ua/commentaries/expert_opinion/anatolii-kruglashov/grtencial-rozvitku.htm. – Назва з екрана. – Дата звернення : 09.05.2015.
65. Крутий О. М. Сучасний стан діалогової комунікації між органами державної влади та громадськістю в українському

- суспільстві / О. М. Кутій // Електронне наукове фахове видання «Державне управління : удосконалення та розвиток». – 2012. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=386>. – Назва з екрана.
66. Купрій Т. Г. Флешмоб як соціальне явище і технологія інформаційної комунікації / Т. Г. Купрій, М. Ю. Головка // Грані. – 2012. – № 7 (87). – С. 71-75.
67. Курило І. О. Соціально-економічна структура населення : еволюція, сучасність, трансформації / І. О. Курило; [під ред. В. С. Стешенко]. – К. : Ін-т демографії та соц. досліджень НАНУ, 2006. – 472 с.
68. Кушніренко О. Г. Види лобістської діяльності : питання теорії та позитивної практики / О. Г. Кушніренко, О. В. Дягілев // Державне будівництво та місцеве самоврядування. – 2009. – Вип. 17. – С. 107-117.
69. Ланюк Є. «Двосічний меч» Facebook'а, або як соціальні мережі змінюють облік світового політикуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zgroup.com.ua/article.php?articleid=4951>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 12.01.2015.
70. Лациба М. В. Громадська експертиза діяльності органів виконавчої влади: крок за кроком / М. Лациба, О. Хмара, О. Орловський; Укр. незалеж. центр політ. дослідж. : Порядок проведення громадської експертизи діяльності органів виконавчої влади: від А до Я : матеріали тренінгу. – Дніпропетровськ, 2010. – С. 16-17.
71. Лебедюк В. Кумівство / В. Лебедюк // Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори) / І. Я. Вдовичин, Л. Я. Угрин, Г. В. Шипунов та ін.; за заг. ред. Н. М. Хоми. – Л. : Новий світ-2000, 2015. – 492 с. – С. 449-450.
72. Левчук Н. М. Асоціальні явища як наслідок дефіциту соціального капіталу в Україні / Н. М. Левчук // Український соціум. – 2011. – № 1. – С. 135-147.

73. Левчук Н. М. Соціальний капітал та здоров'я населення в Україні / Н. М. Левчук // Демографія та соціальна економіка. – 2011. – № 1. – С. 47-56.
74. Лесечко М. Значення соціального капіталу в організації місцевого самоврядування / М. Лесечко, О. Сидорчук // Вісник Центр. виборч. комісії. – 2008. – № 2 (12). – С. 58-64.
75. Лесечко М. Кооперація як форма соціального капіталу / М. Лесечко, О. Сидорчук // Актуальні проблеми державного управління : Зб. наук. праць. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2006. – Вип. 4 (28). – С. 261-268.
76. Лесечко М. Методичні підходи до оцінки соціального капіталу / М. Лесечко, А. Чемерис, О. Сидорчук // Актуальні проблеми державного управління : Зб. наук. праць. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2006. – Вип. 1 (25). – С. 34–43.
77. Лесечко М. Д. Методичні підходи до оцінки соціального капіталу. Наук.-метод. рекомендації / М. Лесечко, О. Сидорчук. – Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2008. – 24 с.
78. Лесечко М. Соціальний капітал : проблеми розвитку і оцінки / М. Лесечко, А. Чемерис // Вісник держ. служби України. – 2001. – № 3. – С. 88-94.
79. Лесечко М. Д. Соціальний капітал : теорія і практика : [монографія] / М. Д. Лесечко, О. Г. Сидорчук. – Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2010. – 220 с.
80. Лещенко А. М. Мультифункциональность сетевых коммуникаций в современном обществе / А. М. Лещенко // Вестник Адыгейского гос. ун-та. Серия : Регионоведение, философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2011. – Вып. 2. – С. 49-53.
81. Лещенко А. М. Сетевая коммуникация как условие накопления и реализации социального капитала / А. М. Лещенко // Научные проблемы гуманитарных исследований. – 2011. – № 8. – 240-246.

82. Лещенко А. М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 09.00.11 / А. М. Лещенко. – Пятигорск. – 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/sotsialnye-seti-kak-mekhanizm-konstruirovaniya-kommunikatsii-v-sovremennom-obshchestve>. – Назва з екрана.
83. Лукин В. Социальный капитал и доверие как факторы общественной и политической консолидации / В. Лукин, Т. Мусиенко // [Credo New](#). – 2014. – № 3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.intelros.ru/readroom/credo_new/k3-2014/25374-socialnyy-kapital-i-doverie-kak-factory-obshchestvennoy-i-politicheskoy-konsolidacii.html. – Назва з екрана. – Дата звернення : 30.09.2015.
84. Любимов А. П. Формирование лобистских правоотношений в российском обществе. Конституционно-правовое исследование [Электронный ресурс] : дис. ... д-ра юрид. наук : 2002 / А. П. Любимов. – М. : РГБ, 2003. – Режим доступа : <http://diss.rsl.ru/diss/03/0659/030659031.pdf>. – Назва з екрана.
85. Любкина Н. А. Политический механизм противодействия коррупции в современной России : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Наталия Андреевна Любкина; Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана. – М., 2012. – 25 с.
86. Малиновський В. Я. Словник термінів і понять з державного управління : вид. 2-ге, доп. і випр. / В. Я. Малиновський. – К. : Центр сприяння інституційному розвитку державної служби, 2005. – 254 с.
87. Маліс О. В. Розвиток Інтернету як комунікативного засобу та його вплив на діяльність суб'єктів політичного процесу в Україні : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / О. В. Маліс; Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України. – К., 2009. – 19 с.

88. Мингалева Ж. А. Корпоративное гражданство как инструмент модернизации национальной экономики / Ж. А. Мингалева, И. П. Смилевская // Креативная экономика. – 2012. – № 5 (65). – С. 65-69.
89. Митко А. До питання про е-голосування / А. Митко // Політологічні та соціологічні студії. Т. XI. Теорія та історія політичної науки : світовий та національний досвід : [зб. наук. праць] / [наук. ред. А. М. Круглашов]. – Чернівці : Букрек, 2012. – С. 266-273.
90. Митко А. Електронна демократія в дії / А. Митко // Наук. вісник Волинс. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – 2011. – № 20 (217). – С. 20-23. – (Серія «Міжн. відн.»).
91. Михайловська О. Г. Соціальний капітал як ресурс інститутів громадянського суспільства / О. Г. Михайловська // Гілея. – 2010. – Вип. 40. – С. 43-48.
92. Міхеєва В. В. Довіра як феномен соціальної реальності / В. В. Міхеєва // Вісник Нац. юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого. Серія : Філософія, філософія права, політологія, соціологія. – 2014. – № 1. – С. 76-83.
93. Московець В. І. Поняття «громадськість» у законодавстві та адміністративно-правовій теорії / В. І. Московець // Форум права. – 2011. – № 2. – С. 630-634 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/FP/2011-2/11mviapt.pdf>. – Назва з екрана. – Дата доступу : 09.12.2012.
94. Мрищук А. А. Политические механизмы противодействия внешним угрозам национальной безопасности России / А. А. Мрищук // Право и безопасность. – 2009. – № 4 (33). – С. 149-157.
95. Найдьонова Л. Психологічне благополуччя людини [Електронний ресурс] / Л. Найдьонова // Директор школи. Україна. – 2007. – № 2. – Режим доступу : <http://osvita.ua/publishing/director/121>. – Назва з екрана.

96. Нестеренко А. О чем не сказал Уильям Баумоль : вклад XX столетия в философию экономической деятельности / А. Нестеренко // Вопросы экономики. – 2001. – № 7. – С. 4-17.
97. Оніщенко І. Лобізм політичний / І. Оніщенко // Політологія : навчальний енциклопедичний словник довідник / за наук. ред. д-ра політ. н. Хоми Н. М. [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. – Л. : Новий Світ-2000, 2014. – 779 с. – С. 361.
98. Панькова О. В. Доверие как основа формирования социального капитала в контексте развития человеческого потенциала Украины / О. В. Панькова // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. – 2012. – № 16. – С. 101-109.
99. Патнам Р. Гра в кеглі наодинці : занепад соціального капіталу Америки [Електронний ресурс] // Незалежний культурологічний часопис «І». – 2001. – № 21. – Режим доступу : <http://www.ji.lviv.ua/n21texts/putnem.htm>. – Назва з екрана.
100. Патнам Р. Д. Творення демократії: Традиції громадянської активності в сучасній Італії / Р. Д. Патнам, Р. Леонарді, Р. Й. Нанетті; [пер. з англ. В. Ющенко]. – К. : Основи, 2001. – 302 с.
101. Патнэм Р. Процветающая комьюнити, социальный капитал и общественная жизнь / Р. Патнэм // Международная экономика и международные отношения. – 1995. – № 4. – С. 77-86.
102. Пачева Н. О. Роль позаекономічних інститутів у відтворенні соціального капіталу / Н. О. Пачева // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/konfer33/1107.pdf>. – Назва з екрана.
103. Перегудов С. П. Корпоративное гражданство : концепции, мировая практика и российские реалии / С. П. Перегудов, И. С. Семененко; Ин-т мировой экономики и междунар. отношений РАН. – М. : Прогресс-Традиция, 2008. – 447 с.

104. Піддубчак О. А. Нові форми комунікації державних інститутів та громадянського суспільства в контексті впровадження «електронного уряду» / О. А. Піддубчак [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Piddubchak.pdf>. – Назва з екрана.
105. Політика доби Facebook : Соціальні мережі змінюють політичний ландшафт світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrainian.voanews.com/content/new-media-politics/1624611.html>. – Назва з екрана.
106. Пономарь С. Социальный капитал политических партий / С. Пономарь // Власть. – 2007. – № 12. – С. 28-30.
107. Попович А. О динамике социального капитала науки в Украине и Беларуси / А. Попович, В. Прокошин // Наука и инновации. – 2009. – № 3. – С. 59-62.
108. Присяжнюк О. А. Основи концепції правового регулювання Інтернет-відносин в Україні (загальнотеоретичні аспекти) : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.01 / О. А. Присяжнюк; Харк. нац. ун-т внутр. справ. – Х., 2007. – 18 с.
109. Приходченко Л. Л. Політичний та інституційний механізми державного управління: узгодження інтересів / Л. Л. Приходченко // Актуальні проблеми державного управління : зб. наук. пр. – Електронне фахове видання. – Х. : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2010. – № 2 (38). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2010-2/doc/1/02.pdf>. – Назва з екрана.
110. Радаев В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация / В. В. Радаев // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. – № 4. – С. 20-32.

111. Радаев В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация / В. В. Радаев // *Общественные науки и современность*. – 2003. – № 2. – С. 5-16.
112. Радченко О. В. Категорія «механізм» у системі державного управління / О. В. Радченко // *Держава та регіони. Серія : Державне управління*. – 2009. – № 3. – С. 64-68.
113. Райнике В. Политика в глобальной сети / В. Райнике, Т. Беннер [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://germany.org.ru/ru/library/internationale-politik/1999-08/article05.html>. – Назва з екрана.
114. Результаты загалноукраїнського експертного опитування «Соціальний капітал сьогодні : стан розвитку ОГС» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ucipr.kiev.ua/files/books/expert_polls_report_social_capital_Sep-Oct2011.pdf. – Назва з екрана.
115. Рейнгольд Г. Умная толпа : новая социальная революция / Г. Рейнгольд; [пер. с англ. А. Гарькавого]. – М. : ФАИР-ПРЕСС : ГРАНД, 2006. – 415 с.
116. Рівень довіри населення до нової патрульної поліції у Києві зріс до 85 % – МВС. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unn.com.ua/uk/news/1501273-riven-doviri-naselennya-do-novoyi-patrulnoyi-politsiyi-u-kiyevi-zris-do-85-mvs>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 15.09.2015.
117. Романенко С. В. О толпе, флешмобе и задачах социологии / С. В. Романенко // *Вест. Одес. нац. ун-та*. – Т. 10. – Вып. 11. – С. 80-87.
118. Савко Ю. Громадянське суспільство, соціальний капітал і політична участь / Ю. Савко // *Вісник Львів. ун-ту. Серія : «Філософ. науки»*. – 2002. – Вип. 4. – С. 151-158.

119. Семененко И. Корпоративное гражданство и перспективы глобальной управляемости / И. Семененко // Неприкосновенный запас. — 2006. — № 4-5 (48-49). — С. 30-37.
120. Сибиряков С. Комунікативні практики у державному управлінні в контексті розвитку інформаційного суспільства / С. Сибиряков // Державне управління. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Pubupr/2010/2010-34/doc/1/16.pdf. — Назва з екрана.
121. Сивуха С. В. Капитализация социального капитала : посулы и реальные дивиденды / С. В. Сивуха // Социальное знание и белорусское общество : материалы междун. науч.-практ. конф. — Мн., 2009. — С. 80-83.
122. Сивуха С. В. Психологическая подготовка управленческих кадров / Под ред. В. М. Козубовского, Г. М. Кучинского. — Мн. : МИУ, 2006. — С. 71-88.
123. Сидорчук О. Взаємозв'язок соціального капіталу та мереж громадянської активності населення : державно-управлінський аспект / О. Сидорчук // Ефективність державного управління : Зб. наук. праць. — Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2005. — Вип. 8. — С. 142–150.
124. Сидорчук О. Інвестиції в людський капітал як чинник розвитку соціального капіталу / О. Сидорчук // Вісник Львів. держ. аграрного ун-ту : Економіка АПК. — 2004. — № 11 (2). — С. 217-221.
125. Сидорчук О. Інтеграційні процеси та їх вплив на формування соціального капіталу. / О. Сидорчук // Ефективність державного управління : Зб. наук. праць. — Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2007. — Вип. 12. — С. 382-388.
126. Сидорчук О. Соціальний капітал як важливий атрибут сучасного лідера / О. Сидорчук // Ефективність державного управління : Зб. наук. праць. — Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2007. — Вип. 11. — С. 139-146.

127. Сидорчук О. Суспільна ефективність соціального капіталу / О. Сидорчук // Ефективність державного управління : Зб. наук. праць. – Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2004 – 2005. – Вип. 6/7. – С. 402-407.
128. Сидорчук О. Г. Механізми формування соціального капіталу : державно-управлінський аспект : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.02 / О. Г. Сидорчук; Нац. акад. держ. управління при Президентові України. Львів. регіон. ін-т держ. управління. – Л., 2007. – 21 с.
129. Сиченко О. О. Концепція корпоративного громадянства в контексті державної соціальної політики / О. О. Сиченко // Публічне адміністрування : теорія та практика. – 2011. – Вип. 2 (6) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11soodsp.pdf](http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11soodsp.pdf). – Назва з екрана.
130. Скільки українців користуються Інтернетом [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://acf.ua/news_galuz/skilki-ukra%D1%97ncivkoristuyutsya-internetom# – Назва з екрана.
131. Смит А. Теория нравственных чувств / А. Смит. – М. : Республика, 1997. – 351 с.
132. Сморгунов Л. Сетевой подход к политике и управлению / Л. Сморгунов // Политические исследования. – 2001. – № 3. – С. 103-112.
133. Солодовников С. Феноменологическая природа социального капитала / С. Солодовников, В. Щербин // Журнал международного права и международных отношений. – 2012. – № 2. – С. 82-88.
134. Солодовников С. Ю. Очерк 5. Теоретико-методологические основы исследования социального капитала в условиях глобализации / С. Ю. Солодовников // Демографический потенциал, человеческий и социальный капитал в условиях глобализации. – Мн., 2006. – С. 199-313.

135. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество / П. А. Сорокин // Общая социология. – М., 1992. – 342 с.
136. Социальный капитал как научная категория : [материалы «круглого стола»] // Общественные науки и современность. – 2004. – № 4. – С. 5-23.
137. Справжнє обличчя майдану : статистика протестів, які змінили країну [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cedos.org.ua/uk/releases/35>. – Назва з екрана.
138. Степаненко В. Соціальний капітал у соціологічній перспективі : теоретико-методичні аспекти дослідження / В. Степаненко // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2001. – № 2. – С. 24-41.
139. Стеценко Т. Інтегративна роль соціального капіталу у сучасному суспільстві / Т. Стеценко // Вісник Одес. нац. ун-ту : зб. наук праць. – Серія : Соціологія і політичні науки. – О., 2011. – Т. 16, № 10. – С. 637-644.
140. Стеценко Т. Місце довіри в теоретичній моделі структури соціального капіталу / Т. Стеценко // Соціальні виміри суспільства : зб. наук. праць. – К. : Ін-т соціології НАН України, 2011. – Вип. 3 (14). – С. 305-318.
141. Стеценко Т. О. Функції довіри та недовіри у складі соціального капіталу / Т. О. Стеценко // Соціальні виміри суспільства : зб. наук. праць. – К. : Ін-т соціології НАН України, 2013. – Вип. 5 (16). – С. 567-578.
142. Стеценко Т. О. Функції довіри як складової соціального капіталу / Т. О. Стеценко // Світ та суспільство : історія, сучасність, майбутнє. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, Україна, 27-28 квітня 2012 р.). – О. : ГО «Причорноморський центр досліджень проблем суспільства», 2012. – С. 50-54.
143. Стеценко Т. О. Довіра як складова соціального капіталу : автореф. дис. ... к. соціол. н. / Тетяна Олександрівна Стеценко; НАН України, Ін-т соціології. – К., 2013. – 16 с.
144. Стрельникова Л. В. Социальный капитал как научная категория. Социальный капитал : типология зарубежных

- підходів / Л. В. Стрельникова // Общественные науки и современности. – 2003. – № 2. – С. 33-41.
145. Сурмін Ю. Концептуальні основи створення системи взаємодії органів державної влади із суб'єктами громадянського суспільства в контексті інтеграційних процесів / Ю. Сурмін // Євроатлантикінформ. – 2006. – № 2 (8). – С. 29-35.
 146. Таран Т. С. Соціальний капітал : концептуальні підходи зарубіжних дослідників / Т. С. Таран // Держава і право. – 2013. – Вип. 59. – С. 523-529.
 147. Таран Т. С. Соціальний капітал : розвиток вітчизняної наукової думки / Т. С. Таран // Держава і право. – 2013. – Вип. 61. – С. 509-514.
 148. Татенко Ю. В. Соціально-психологічні складові соціального капіталу молодіжних громадських організацій / Ю. В. Татенко // Наукові праці : Наук.-метод. журнал. – Серія : Соціологія. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2012. – С. 93-96.
 149. Титов В. Н. Распределение социального капитала как условие модернизации российского общества / В. Н. Титов // Общественные науки и современность. – 2012. – № 5. – С. 89-100.
 150. Тихонова Н. Е. Социальный капитал как фактор неравенства / Н. Е. Тихонова // Общественные науки и современность. – 2004. – № 4. – С. 24-35.
 151. Толкованов В. Суспільний запит на демократичне урядування / В. Толкованов // Уряд. кур'єр. – 2012. – 24 жовтня. – № 194 (4838). – С. 5.
 152. ТОП-5 ініціатив, які заохочують пересідати на велосипеди [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://life.pravda.com.ua/society/2014/07/10/174708/>. – Назва з екрана.

153. Третяк О. А. Вплив новітніх комунікаційних інтернет-мереж на розвиток публічної сфери політики / О. А. Третяк // Економічний часопис-XXI. – 2011. – № 11-12. – С. 37-39.
154. Трофименко М. Твіпломасі / М. Трофименко // Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори) / І. Я. Вдовичин, Л. Я. Угрин, Г. В. Шипунов та ін.; за заг. ред. Н. М. Хоми. – Л. : Новий світ-2000, 2015. – 492 с. – С. 380-381.
155. Трофименко М. Твіпломат / М. Трофименко // Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори) / І. Я. Вдовичин, Л. Я. Угрин, Г. В. Шипунов та ін.; за заг. ред. Н. М. Хоми. – Л. : Новий світ-2000, 2015. – 492 с. – С. 381.
156. Туган-Барановский М. И. Социальные основы кооперации / М. И. Туган-Барановский. – М., 1916. – 2-е изд.; М., 1918. – 3-е доп. изд.; М., 1919. – переизд. – М. : Экономика, 1989. – 496 с.
157. Турчин Л. Є. Сутність поняття «довіра» як економічної категорії / Л. Є. Турчин // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2012. – № 5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1173>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 26.03.2015.
158. Утина М. С. Социальный капитал как ресурс антикризисной стратегии: региональный аспект / М. С. Утина // Социально-гуманитарные знания. – 2009. – № 4. – С. 341-345.
159. Федоренко В. Запровадження інституту лобіювання в Україні : законотворчі та державно-управлінські аспекти / В. Федоренко // Вісник Нац. академії держ. упр. при Президентові України. – 2010. – № 1. – С. 205-213.
160. Фукуяма Ф. Великий разрыв / Ф. Фукуяма. – М. : ООО «Фирма «Издательство АСТ», 2003. – 474 с.

161. Фукуяма Ф. Доверие : социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма. – М. : АСТ; Хранитель, 2006. – 730 с.
162. Фукуяма Ф. Наше постчеловеческое будущее : последствия биотехнологической революции / Ф. Фукуяма. – М. : АСТ, Люкс, 2004. – 352 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.alleng.ru/d/polit/po1022.htm>. – Назва з екрану.
163. Фукуяма Ф. Социальный капитал // Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу / Под ред. Л. Харрисона, С. Хантингтона. – М. : Моск. шк. полит. исслед., 2002. – С. 129-149.
164. Фукуяма Ф. Соціальний капітал / Ф. Фукуяма // Незалежний культурологічний часопис «І». – 2008. – № 53. – Режим доступу : <http://www.ji.lviv.ua/n53texts/fukuyama.htm.pdf>. – Назва з екрана.
165. Хома Н. Громадське лобіювання / Н. Хома // Сучасна політична лексика : енциклопед. словник-довідник / [І. Я. Вдовичин, Л. Я. Угрин, Г. В. Шипунов та ін.]; за наук. ред. Хоми Н. М. – Л. : Новий Світ-2000, 2015. – 396 с. – С. 53.
166. Хома Н. Громадське лобіювання: зміст, можливості впливу, перспективи розвитку в Україні / Н. Хома // Вісник Львів. нац. ун-ту : Серія : «Філософ.-політол. студії». – 2014. – Вип. 5. – С. 86-94.
167. Хома Н. М. Корпоративне громадянство як форма взаємодії держави, бізнесу та суспільства / Н. М. Хома // Панорама політологічних студій : наук. вісник Рівн. держ. гуманітарн. ун-ту. – 2013. – Вип. 11. – С. 122-129.
168. Хома Н. М. Політичний перфоманс як постмодерна форма соціального протесту / Н. М. Хома // Вісник НТУУ «КПІ». Серія : Політологія. Соціологія. Право. – 2014. – № 1 (21). – С. 18-23.
169. Хома Н. М. Роль соціальних медіа у формуванні та функціонуванні громадянського суспільства / Н. М. Хома // Вісник Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв. – 2014. – Вип. 4. – С. 211-215.

170. Хома Н. М. Роль соціальних мереж у координації протестних акцій / Н. М. Хома // Науковий часопис Нац. педагог. ун-ту імені М. П. Драгоманова. – Серія 22 : Політичні науки та методика викл. соц.-політ. дисциплін. – 2014. – Вип. 15. – С. 66-72.
171. Хома Н. М. Соціалізуючий вплив акціонізму: мистецько-політичний синтез в проекції моделювання політичної поведінки / Н. М. Хома // Актуальні проблеми політики : сб. наук. праць. Серія : Політичні та юридичні науки. – 2014. – Вип. 53. – С. 40-47.
172. Хома Н. М. Український вимір інтерактивності політики / Н. М. Хома // Вісник Маріупол. держ. ун-ту. – Серія : Історія, Політологія. – 2014. – Вип. 1. – С. 28-234.
173. Четверікова Л. Проблема інституалізації соціального капіталу як передумови розвитку громадянського суспільства в Україні / Л. Четверікова // Українська національна ідея : реалії та перспективи розвитку. – 2012. – Вип. 24. – С. 62-66.
174. Шабров О. Политическое управление. Проблемы стабильности и развития / О. Шабров. – М. : ИНТЕЛЛЕКТ, 1997. – 200 с.
175. Шавель С. А. Социальный капитал как источник инновационного развития / С. А. Шавель // Социология. – 2008. – № 1. – С. 16-35.
176. Шадрин А. Е. Информационные технологии: вклад в социальный капитал / А. Е. Шадрин // Информационное общество. – 2002. – Вып. 1. – С. 8-12.
177. Шаповалова Т. В. Соціальні мережі – детермінант соціального капіталу / Т. В. Шаповалова // Науковий вісник : Фінанси, банки, інвестиції. – 2013. – № 3. – С. 131-135.
178. Швери Р. Теоретическая концепция Джеймса Коулмена : аналитический обзор / Р. Швери // Социологический журнал. – 1996. – № 1/2. – С. 62-81.

179. Шерман О. Флешмоб як засіб патріотичного виховання / О. Шерман // Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції з питань патріотичного виховання молоді «Патріотичне виховання громадян в умовах інтеграційних процесів» (07-08 листопада 2013 року, Запоріжжя). – Запоріжжя : Акцент Інвест-трейд, 2014. – 589 с. – С. 317-320.
180. Широкова М. С. Роль соціального капіталу організації у формуванні її публіцитного капіталу / М. С. Широкова // Український соціум. – 2009. – № 2. – С. 84-90.
181. Шихирев П. Н. Природа социального капитала : социально-психологический подход / П. Н. Шихирев // Общественные науки и современность. – 2003. – № 2. – С. 20-24.
182. Штомпка П. Доверие – основа общества / П. Штомпка [пер. с пол. Н. В. Морозовой]. – М. : Логос, 2012. – 440 с.
183. Шуба О. Проблеми соціальної нерівності в Україні в контексті соціальної безпеки / О. Шуба // Політичний менеджмент. – 2010. – № 5. – С. 143–146.
184. Шундигов К. В. Правовые механизмы : основы теории / К. В. Шундигов // Государство и право. – 2006. – № 12. – С. 12-21.
185. Щербин В. К. Социальный капитал науки среди сопредельных понятий / В. К. Щербин // Социология. – 2008. – № 1. – С. 35-42.
186. Що таке соціальний капітал? Київська лекція Френсіса Фукуями // День. – 2006. – 17 жовтня. – № 177. – С. 3.
187. 2013-й : політичні підсумки і прогнози (загальнонаціональне й експертне опитування) Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dif.org.ua/ua/polls/2013year/2013-i-politichni-pidsumki-i-prognozi-zagalnonacionalne-i-ekspertne-opituvannja.htm>>> (2014, март). – Назва з екрану. – Дата звернення : 17.16.2014.

188. Almond G. A. The Civic Culture / G. A. Almond, S. Verba. – Princeton : Princeton University Press, 1963. – 318 p.
189. Appadurai A. Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy // Global Culture / Ed. by M. Featherstone. – London, 1990. – P. 295-310.
190. Arrow Kenneth J. «Gifts and Exchanges» / K. J. Arrow // Philosophy and Public Affairs. – 1972. – Vol. 1. – 343 p.
191. Baker W. Market networks and corporate behavior / W. Baker // American Journal of Sociology. – 1990. – Vol. 96. – P. 589-625.
192. Blomkvist H. Social Capital, Associations, and Political Competition : Paper for ECPR Joint Workshops / Blomkvist H. – Copenhagen, 2000. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.essex.ac.uk/ecpr/jointsessions/Copenhagen/papers/ws13/teorell_figure.pdf. – Назва з екрана. – Дата звернення : 08.09.2014.
193. Bourdieu P. Forms of Capital / Bourdieu P. // The Sociology of Economic Life. – Boulder, 2001. – P. 102-106.
194. Bourdieu P. The forms of capital / P. Bourdieu / J. Richardson (Ed.). Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. – New York : Greenwood, 1985. – P. 241-258.
195. Burt R. Structural holes: The social structure of competition / R. Burt. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1992. – 324 p.
196. Burton J. World society / J. Burton. – Cambridge : Cambridge university press, 2002. – 354 p.
197. Carroll A. B. Corporate social responsibility : Evolution of definitional construct / A. B. Carroll // Business and Society. – 1999. – Vol. 38 (3). – P. 268-295.
198. Coleman J. Foundations of Social Theory / J. Coleman. – Cambridge MA : Harvard University Press. – 1990. – 1014 p.

199. Coleman J. Social capital in the creation of human capital / J. Coleman // *American Journal of Sociology*. – 1988. – Vol. 94. – P. 95-121.
200. Coleman J. Social Capital in the Creation of Human Capital / J. Coleman // *Social Capital : A Multifaceted Perspective* / ed. by P. Dasgupta, I. Serageldin. – Washington : The World Bank, 2000. – 424 p.
201. Coleman J. The realization of effective norms / J. Coleman // *Four Sociological Traditions : Selected Readings*. – N. Y., 1994. – P. 171-189.
202. Coleman J. S. *Foundations of Social Theory* / J. S. Coleman. – Cambridge Mass : Belknap of Harvard University Press, 1990. – 993 p.
203. Field J. Social capital and lifelong learning / J. Field. – Bristol : The Policy Press, 2005. – 190 p.
204. Flap H. D. No Man Is An Island : The Research Program of a Social Capital Theory. World Congress of Sociology / H. D. Flap. – Bielefeld, Germany, July. 1994. – p. 35-42.
205. Fram M. Research for progressive change : Bourdieu and social work / M. Fram // *Social science rev.* – Chicago, 2005. – Vol. 78. – N 4. – P. 553-576.
206. Fukuyama F. Social capital and the global economy / F. Fukuyama // *Foreign Affairs*. – 1995. – № 74. – P. 52-58.
207. Fukuyama F. Trust : The social virtues and creation of prosperity / F. Fukuyama. – New York : The Free Press, 1995. – 457 p.
208. Hanifan L. J. The Rural School Community Center / L. J. Hanifan // *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. – 1967. – P. 130-138.
209. Information Behaviour Meets Social Capital : a Conceptual Model / G. Widen-Wulff [et al.] // *Journal of Information Science*. – 2008. – Vol. 34. – N 3. – P. 346-355.

210. Khoma Natalia. Postmodern Forms of Political Opposition (at the Example of Events in Ukraine during the Late 2013-2014 // *Facta Simonidis– Zamość*, 2015. – S. 27-40/
211. Lesser E. L. Communities of practice, social capital and organizational knowledge / E. L. Lesser, L. Prusak // *Knowledge and Communities*. – Boston : Butterworth Heinemann, 2000. – P. 123-131.
212. Lin N. Conceptualizing Social Support // *Social Support, Life Events, and Depression*, edited by Nan Lin, Alfred Dean and Walter Ensel / N. Lin. – Orlando, Florida : Academic Press, 1986. – P. 17-30.
213. Lin N. *Social Capital : A Theory of Social Structure and Action* / N. Lin. – N.Y. : Cambridge University Press, 2001. – 278 p.
214. Loury G. C. Dynamic Theory of Racial Income Differences / Glenn C. Loury // *Women, Minorities, and Employment Discrimination*. – Lexington, 1998. – P. 153-188.
215. Luhmann N. Familiarity, Confidence, Trust : Problems and Alternatives / N. Luhmann // *Trust-Making and Breaking Cooperative Relations*. – Oxford : Basil Blackwell, 1988. – P. 94-107.
216. Matten D. Corporate Citizenship: Towards an Extended Theoretical Conceptualization-ICCSR Research Paper / D. Matten, A. Crane. – Nottingham, 2003. – № 4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nottingham.ac.uk/business/ICCSR/assets/researchpapers/04-2003.PDF>. – Назва з екрана. – Дата перегляду : 20.09.2015.
217. Mirvis P. H. Stages of Corporate Citizenship : a developmental framework / P. H. Mirvis, B. Googins // *California Management Review*. – 2006. – № 48 (2). – P. 104-126.
218. Moon J. Can Corporations Be Citizens? Corporate Citizenship as a Metaphor for Business Participation in Society / J. Moon, A. Crane, D. Matten // *Business Ethics Quarterly*. – 2005. – Vol. 15. – Issue. 3. – P. 429-453.

219. Nahapiet J., Ghoshal S. Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage / J. Nahapiet, S. Ghoshal // *Academy of Management Review*. – 1998. – Vol. 23. – P. 242-266.
220. Portes A. Social capital: Its origins and application in modern sociology / A. Portes // *Annual Review of Sociology*. – Vol. 24. – 1998. – P. 1-24.
221. Public-Private Partnerships. Theory and Practice in International Perspective (St. P. Osborne ed.). – N.Y. : Routeledge 2000.
222. Putnam R. Bowling Alone: The collapse and revival of American community / R. Putnam. – New York : Simon and Schuster, 2000. – 384 p.
223. Putnam R. Making Democracy Work : Civic Tradition in Modern Italy / R. Putnam. – Princeton : Princeton University Press, 1993. – 280 p.
224. Putnam R. The Prosperous Community, Social Capital and Public Life / R. Putnam // *The American Prospect*. – 1993.– Vol. 4; № 13. – March 21. – P. 1-12.
225. Putnam R. Who Killed Civic America? / R. Putnam // *Prospect*. – 1996. – March. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.prospectmagazine.co.uk/features/whokilledcivicamerica>. – Назва з екрана. – Дата звернення : 14.06.2015.
226. Rose R. Getting Things Done in an Antimodern Society : Social Capital Networks in Russia / R. Rose // *Social Capital. A Multifaceted Perspective* / [P. Dasgupta and I. Serageldin (eds.). – Washington : DC ; The World Bank, 2000. – P. 147-171.
227. Schiff M. Social capital labor mobility and welfare / M. Schiff // *Ration. Soc.* 1995. – Vol. 4. – P. 157-175.
228. Scholte J. A. The geography of collective identities in a globalizing world / J. A. Scholte // *Review of International Political Economy*. – 1996. – Vol 3. – № 4. – 565-607.

229. Social Capital : A Multifaceted Perspective / Ed. by P. Dasgupta, I. Dasgupta, I. Serageldin. – Washington, D.C. : World Bank, 2000. – 440 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSPContentServer/WDSP/IB/1999/11/19/000094946_99110505361324/Rendered/PDF/multi_page.pdf. – Назва з екрана. – Дата звернення : 10.05.2015.
230. Social Capital : Critical Perspectives / Ed. by S. Baron, J. Field, T. Schuller. – Oxford : Oxford University Press, 2000. – 317 p.
231. Social Capital : Theory and Research / Ed. by N. Lin, K. Cook, R. S. Burt. – New York : Aldine de Gruyter, 2001. – 333 p.
232. Stolle D. Social Capital – A New Research Agenda? Toward an Attitudinal Approach / D. Stolle. – Princeton University, 2000. – 69 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ecpr.eu/Filestore/Paper Proposal/b0812d49-9e47-4d19-a0ff-62230487d94f.pdf](http://ecpr.eu/Filestore/Paper%20Proposal/b0812d49-9e47-4d19-a0ff-62230487d94f.pdf). – Назва з екрана. – Дата звернення : 10.09.2015.
233. Teorell J. A Resource Model of Social Capital : Networks, Recruitment and Political Participation in Sweden / J. Teorell. – Uppsala Universitet, 2000. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.essex.ac.uk/ecpr/jointsessions/Copenhagen/papers/ws13/teorell_figure.pdf. – Назва з екрана. – Дата звернення : 12.02.2015.
234. The Decline of Social Capital? Political Culture as a Condition for Democracy / Ed. by R. D. Putnam; Inglehart R. Modernization and Postmodernization : Cultural, Economic, and Political Change in 43 societies. – Princeton, NJ : Princeton University Press, 1997. – 453 p.
235. Turner J. The Formation of Social Capital. Social Capital : A Multifaceted Perspective / J. Turner. – Washington, 2000. – P. 94-146.
236. Valenzuela S., Park N., Kee K. Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students' life / S. Valenzuela, N. Park, K. Kee

- // Journal of Computer-Mediated Communication. – 2009. – Vol. 14. – Issue 4, P. 875-901.
237. Vigoda E. Citizenship Behavior and the Spirit of New Managerialism. Paper presented at the IPSA Congress / E. Vigoda. – Quebec. – 2000. – P. 17-21.
238. Wasserman S. Social Network Analysis : Methods and Applications / Stanley Wasserman, Katherine Faust / S. Wasserman. – Cambridge : Cambridge University Press, 1994. – 827 p.
239. Wood R. Social Capital and Political Culture : God Meets Politics in the Inner City / R. Wood // American Behavioral Scientist. – 1997. – № 40. – March / April. – P. 595-605.
240. Woolcock M. The Rise and Routinization of Social Capital, 1988-2008 / M. Woolcock // Annual Review of Political Science. – 2010. – Vol. 13. – P. 469-487.