

# РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ Ф. ФУКУЯМИ В КООПЕРАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ВИРОБНИЦТВА ТА У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ПОСТРАДЯНСЬКИХ ДЕРЖАВ

*В. П. Кузьменко*

14 жовтня 2006 р. у місті Києві вперше з публічною лекцією виступив відомий американський соціолог і політолог, директор програми міжнародного розвитку університету ім. Дж. Хопкінса доктор **Френсіс Фукуяма**. Ф. Фукуяма входив до штабу планування державного департаменту за президентства Р. Рейгана, а також Дж. Буша-старшого. Як соціолог він набув популярності після опублікування в журналі «Національний інтерес» (1989) статті «Кінець історії?» [1]. Ф.Фукуяма видав низку книжок, присвячених світовій економіці, питанням соціального капіталу. Це такі праці, як «Кінець історії та остання людина» [2], «Великий розрив» [3] — в українському перекладі, «Великий крах: людська природа і відновлення соціального порядку» [4], «Довіра: соціальні чесноти і шлях до процвітання» [5], «Наше постлюдське майбутнє: наслідки біотехнологічної революції» [6], «Сильна держава: управління та світовий порядок у XXI ст.» [7].

Тему свого виступу в Києві — соціальний капітал та його продукт — суспільна довіра — Ф. Фукуяма вважає важливою, особливо для постсоціалістичних країн. «Майже десять років тому я був на конференції, присвяченій соціальному капіталу, яку організував Світовий банк. На конференції були присутні **Кеннет Ерроу** та **Роберт Солоу** (Нобелівські лауреати з економіки 1972 р. і 1987 р., відповідно, за дослідження теорії загальної рівноваги та теорії добробуту і теорії економічного зростання — **В.К.**). Спочатку були виступи та обговорення, а потім наприкінці конференції Р. Солоу зауважив, що економічна наука — глобальна проблема і запропонував обрати іншу назву, оскільки він міг уявити інші види капіталу, розумів, як можна його виміряти та представляв це в економічних моделях. Тому й пропонував назвати це «суспільними стосунками» або якимось інакше. Та, на мою думку, термін «соціальний капітал» — це спроба застосувати економічну метафору для означення певного явища, яке насправді

дуже складне і важливе для розуміння сучасного економічного життя... Вважаю, що соціальний капітал — це норми, неформальні правила або цінності, які роблять можливими колективні дії у групах людей. Це може бути як невеличка група, до якої входить двоє друзів, або велика група, скажімо, корпорація, або у деяких випадках — суспільство загалом» [8].

## Соціальний капітал як елемент сталого розвитку

За визначенням Світового банку, соціальний капітал — це інститути, відносини і норми, що формують якісно та кількісно соціальні взаємодії в суспільстві. Соціальна взаємодія є визначальним чинником економічного процвітання і сталого розвитку суспільства. Соціальний капітал — не просто сума інститутів, що підтримують суспільство, а, скоріше, те, що утримує разом різні його частини. Соціальний капітал складається, насамперед, з горизонтальних зв'язків між людьми і включає соціальні мережі (сукупність суспільних і неформальних об'єднань, інтерперсональні зв'язки — особисті, сімейні, ділові) та відповідні норми, що впливають на продуктивність і добробут різних співтовариств.

Соціальний капітал характеризують такі риси:

**Кузьменко Валерій Павлович** — кандидат економічних наук, державний експерт Національного інституту проблем міжнародної безпеки

*По-перше*, це завжди продукт організованої взаємодії, тому він має громадську, а не індивідуальну природу. Для володіння соціальним капіталом людина повинна бути зв'язана ще й з іншими, а ці інші є фактичним джерелом її переваги.

*По-друге*, соціальний капітал як елемент функціонування організованої суспільної

системи не може бути в приватній власності, тобто він є суспільним надбанням і належить усім членам громадянського суспільства. Соціальний капітал, не як власність окремої фірми, входить до структури активів фірми, але використовує його кожне підприємство у міру своїх можливостей. Тому правомірно казати про зв'язок соціального капіталу з інтелектуальним (людським) капіталом та визначити його місце у структурі активів фірми.

Про дослідження інтелектуального капіталу в Україні розповідає книга професора **Олександра Морозова** «Ціна думки — інтелектуальний капітал, п'ятий розділ якої «Складові інноваційного розвитку» зроблено «на базі узагальнень, що в перекладі повністю взяті з робіт Кузьменка В.П.» [9, 249].

Теорію людського капіталу через поняття інвестицій у цей капітал вперше було створено ще на початку 60-х років ХХ ст. американським ученим **Теодором Шульцем** [10]. У своїй Нобелівській лекції «Економіка перебування у бідності» [11] він приділив увагу всім сферам соціального життя людини, передусім її освіті, що й формує економіку знань. Американський економіст **Джон Кендрік** на основі методології Шульца обрахував сукупний капітал США [12]. Вже тоді (70-ті роки ХХ ст.) людському капіталу в структурі сукупного капіталу США належало понад 50%, що підтверджувало його важливе значення в цій країні, враховуючи й інвестиції в знання людей, які формують їхній інтелектуальний капітал. Про обрахунок людського капіталу України вперше йшлося в нашій статті «Виробничо-ресурсний потенціал України та ефективність його використання» [13].

Цю тему продовжують розвивати. Так, американський учений **Гері С. Беккер**, розглядаючи проблему оптимізації інвестування в освітянські знання з погляду розподілу особистих доходів людей, по суті, вперше звернув увагу на соціальну складову людського капіталу [14, 15, 16]. Американський соціолог **Джеймс Коулмен** вважає, що соціальний капітал залежить від властивостей соціальної структури, характеру відкритості соціальних мереж, тривалості соціальних відносин та множинності зв'язків [17, 18].

На відміну від інших форм інтелектуального капіталу, соціальний капітал — це не віддача від того або того раціонального вкладення. Тут доречно навести аргументи **Ф.Фукуями** з його книги «Довіра: соціальні чесноти і шлях до процвітання»: «Вкластися» в те, що звичайно називають людським капіталом, — у вищу освіту, в надбання професії — досить просто: людина повинна навчатися у відпо-

відному навчальному закладі. А придбання соціального капіталу, навпаки, вимагає адаптації до моральних норм певного співтовариства і засвоєння в його рамках таких чеснот, як відданість, чесність і надійність... Соціальний капітал не може стати результатом дій окремої людини, він виникає з пріоритету суспільних чеснот над індивідуальними. Схильність до соціалізованості засвоюється куди сутужніше, ніж інші форми людського капіталу, але оскільки в її основу покладено етичну навичку, вона також важче піддається зміні або знищенню» [5, 53-54].

Таким чином, соціальний капітал пов'язаний з тим, що кожний економічний суб'єкт так чи інакше включений, інтегрований у систему соціальних відносин. Це капітал спілкування, співробітництва, взаємодії, взаємної довіри і взаємодопомоги, що формується в просторі міжособистісних (інтерперсональних) економічних відносин. Діалог, відкритість дають змогу людям учитися один у одного, що і є соціальним навчанням. Практично всі наші інтелектуальні переваги — у знанні, що передається суспільством та здобувається в процесі соціалізації, інтеграції в систему суспільних відносин. Ці знання характеризують соціальний інтелектуальний рівень або соціальну кваліфікацію. Термін «навчання» варто розуміти не у вузькому дидактичному змісті, а системно — як процес самонавчання і саморозвитку через установлення нових соціальних зв'язків, створення нових структур усередині суспільства, фірми. Це забезпечує інтеграцію досвіду окремих особистостей у суспільний досвід. Так, накопичений українцями в дні Помаранчевої революції соціальний капітал є позитивним, його характеризують форми співробітництва, колективізму, соборності. Приклад негативного соціального капіталу — участь у кримінальних співтовариствах, зловживання надзвичайним станом, корупція тощо.

Лідер української наукової школи еволюційного (ендогенного) циклізму професор **Арнольд Кулінкович** у статті «Велімир Хлебніков та Іван Шарапов» пише: «У книзі «Великий розрив» **Ф. Фукуяма** дає відповідь на питання про причини розпаду Радянського Союзу і початку «Кінця історії» [1, 2]. Він вважає, що це відбулося через нездатність контролювати та використовувати у власних цілях знання своїх громадян» [3, 12]. Також, на його думку, невміння радянських керівників із знанням справи розпорядитися цим безцінним скарбом і призвело, у підсумку, до краху великої держави. З цими поглядами важко не погодитися. Зрозуміло, можуть бути вказані й інші причини «Кінця історії», але безсумнівно: бездарне використання

людського капіталу значно прискорило агонію СРСР» [19].

До соціального капіталу мають відношення ті чинники, що створюють імовірність виникнення і розвитку соціальних зв'язків і забезпечують їхнє збереження. Природні ресурси і технології, що використовує фірма, можуть не змінюватися, а її соціальний капітал зростає із розширенням соціальних зв'язків та зміцненням іміджу фірми. І далі в своїй київській лекції Ф. Фукуяма розглядає різні сфери застосування соціального капіталу: «Можливість неформального співробітництва має велике значення для економіки, політики та суспільства загалом. Я лише стисло охарактеризую ці сфери його застосування. Звичайно, що у сфері економіки люди можуть співробітничати, застосовуючи формальні правила, контракти, правове регулювання... З другого боку, якщо люди є чесними, вони користуються певною взаємністю та не діють безпринципно, коли мають таку можливість. Це значно зменшує рівень так званих операційних витрат та в цілому загальних витрат на ведення бізнесу. Також це має позитивний вплив на економіку та поліпшує здатність людей співробітничати у ролі підприємців, для розв'язання проблем і для життя загалом. Та навіть в умовах найрозвинутішого правового суспільства, наприклад у Сполучених Штатах Америки, існування суспільної довіри, на мою думку, досі має вирішальне значення... У політичному житті ця можливість співробітничати у рамках правового суспільства, знов-таки, має вирішальне значення для того, щоб демократія насправді була дієвою. На мою думку, тут, в Україні, можна знайти свідчення цього явища. Оскільки саме така здатність співробітничати у політичних об'єднаннях, групах, що об'єднані спільними інтересами, неурядових організаціях, засобах масової інформації, профспілках та інших формах організацій забезпечує чесність уряду. Якщо демократичний уряд не контролюють зовнішні групи та зовнішні державні структури, у нього насправді немає мотивації для того, щоб не бути корумпованим, відгукуватися на побажання громадян тощо. Та я вважаю, що однією з надзвичайно приємних несподіванок початку цього ХХІ століття є те, що громадянське суспільство, яке, на погляд багатьох людей у США, було відносно пасивним в Україні, раптом активізувалося у період Помаранчевої революції. Це спричинило дуже важливий вплив на якість демократичного уряду, істотно підвищуючи вимоги до його відповідальності й, звичайно, до можливості зробити його прозорішим» [8].

Та, на жаль, Україна нині знову віддаляється від вимог громадянського суспільства (парос-

тки якого проявилися в часи Помаранчевої революції), що прогнозувалося за циклами «стиснень» і «розслаблень» суспільства [9]. Щоб подолати ці негативні тенденції в пострадянських державах, необхідно вивчати позитивний і негативний зарубіжний досвід (щоб не повторювати помилки інших країн), про що далі йдеться в лекції Ф.Фукуяма: «Соціальний капітал має важливі напрями застосування у самому суспільстві. Саме соціальний капітал дає змогу соціальним групам, церквам, неурядовим організаціям надавати послуги у галузі освіти, охорони здоров'я та забезпечувати всі види соціального захисту для решти суспільства, без потреби звертатися безпосередньо до урядових структур. Зокрема, в Сполучених Штатах Америки багато соціальних послуг не належать до компетенції держави. Одна з причин того, що США мають відносно мало державних програм соціального забезпечення порівняно із Західною Європою, полягає у тому, що велику кількість соціальних послуг надають інші структури громадянського суспільства. Таким чином, існування соціального капіталу є дуже важливим в усіх цих вимірах» [8].

Зазначивши важливу позитивну роль соціального капіталу, Ф. Фукуяма наводить приклади, коли його нерозвиненість призводить до негативних наслідків.

У 90-ті роки минулого століття сталися фінансово-економічні кризи і на пострадянському просторі, і в країнах Південно-Східної Азії та Латинської Америки, що, можливо, пов'язано і з соціальним капіталом цих країн.

Дедалі більше соціальний капітал впливає на інноваційну діяльність українського суспільства, зокрема на створення Національної інноваційної системи (НІС) України. Адже саме 2006 рік у зв'язку з відповідним Указом Президента України № 606/2006 від 11 липня 2006 р. «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 квітня 2006 року «Про стан науково-технологічної сфери та заходи щодо забезпечення інноваційного розвитку України» може стати етапним у розробці НІС України, хоча про перехід її економіки на інвестиційно-інноваційну модель розвитку йшлося ще з початку нового тисячоліття. Для цього інноваційного прориву її економіки необхідно створити відповідні ринкові умови в країні. І тут вирішальну роль відіграє культура підприємництва, на формування якої в цивілізованій Європі свого часу вплинула протестантська етика [20].

У ринковому середовищі поряд з конкуренцією не менш важливу роль має відігравати кооперація, що є свого роду проявом взаємо-

допомоги в економічній діяльності. Ще на початку ХХ століття російський мислитель князь **Петро Кропоткін** видав книжку про роль взаємної допомоги як чинника еволюції [23]. А вже у 1916 р. український економіст **Михайло Туган-Барановський** написав фундаментальну працю «Соціальні основи кооперації» [24], заклавши в ній, по суті, основи майбутньої теорії соціального капіталу. Саме він вперше обгрунтував, що конкуренція і кооперація є двома основними взаємодоповнювальними процесами ринкової економіки (два боки однієї медалі), які й роблять ринкове середовище повноцінним. Його учень, **Микола Кондратьєв**, який відкрив великі цикли кон'юнктури (К-хвилі), у 1923 р. в книзі про Туган-Барановського написав: «Праці Михайла Івановича з питань кооперації, безсумнівно, необхідно визнати видатними, одними з кращих не тільки у нас в Росії» [25].

Кооперативний рух — це свого роду прорив у нову галузь економічної науки, котра тісно пов'язана з практикою розвитку господарства України, а нині тісно пов'язана і з теорією соціального капіталу. Але цей прорив було здійснено як результат усієї попередньої роботи, поскільки дослідження кооперації як самобутньої форми господарювання, багато в чому було підсумком теоретичних роздумів М.І.Туган-Барановського. І тому не є випадковим величезний інтерес до нього у всьому світі сьогодні, коли інноваційні думки генія завойовують планету завдяки ідеям і його учня М.Д. Кондратьєва, і його знаменитого послідовника **Йозефа Алоїза Шумпетера** [21, 22], що відкрив свою теорію інновацій саме на терені сучасної України, працюючи в Чернівецькому університеті та викладаючи там політичну економію.

## Довіра і соціальний капітал

У київській лекції Ф. Фукуяма наводить приклад досить успішного використання соціального капіталу в створенні Національної інноваційної системи США, тобто країни, в якій він виріс. Він підкреслює, що у Сполучених Штатах Америки, навіть у високотехнологічному постіндустріальному суспільстві, можна побачити результати впливу соціального капіталу, які сприяють певним видам підприємницької діяльності.

Також Ф.Фукуяма торкнувся проблем країн пострадянського простору та безпосередньо України: «Мені здається, що в усіх посткомуністичних країнах існує особлива проблема, пов'язана із соціальним капіталом та довірою, через спадщину марксизму-ленінізму. Марксизм-ленінізм був політичною системою, яка навмисно пристосована для висна-

ження соціального капіталу. Теорія полягала у тому, що партія та держава є центральною організаційною структурою всього суспільства, і що держава згодом навмисно порушуватиме існуючі зв'язки, які утримують разом профспілки, підприємства, церкви, різноманітні приватні організації, та замінюватиме ці горизонтальні зв'язки між звичайними людьми вертикальним шляхом між громадянами та самою державою, торкаючись навіть зв'язків у головному осередку суспільства — родині. Таким чином, ви можете пригадати Павлика Морозова... Здається, у Москві, як мені відомо, був пам'ятник — я не впевнений, чи досі він там є, чи досі він існує... Але подумайте про це. Павлика Морозова вшановували за те, що він здав свою родину НКВС. Отже, це ще один повчальний приклад того, що лояльність до правлячої верхівки є важливішою, ніж будь-який різновид вертикальної лояльності. На жаль, більшовики мали можливість культивувати такі норми впродовж 70 років... Передусім слід відзначити, що Російська імперія у 1917 році, на мою думку, була відносно слабкою, з погляду соціального капіталу, порівняно з країнами Західної Європи. Те громадянське суспільство, яке тоді фактично існувало, було навмисно зруйноване у процесі комунізації держави комуністичною партією. Отже, після падіння комунізму у цій частині світу був набагато сильніший дефіцит соціального капіталу, і це мало різні прояви: наприклад, відсутність верховенства закону. У вас є офіційні правила, але, я думаю, будь-яка людина, що розуміє принцип дії правової системи, усвідомлює, що тут присутній надзвичайно важливий нормативний компонент. Якщо люди на верхівці судової та політичної ієрархії не керуються нормою, що каже: ти сам маєш підпорядковуватися закону, то ніхто на нижчих сходинках ієрархії не підпорядковуватиметься закону. Тому на створення нормативної основи формальної системи у цій частині світу великий вплив мало виснаження неформального соціального капіталу, тобто навичок співробітництва. Рівень злочинності (звичайні злочини, мафія та вулична злочинність), який зріс після падіння комунізму, на мою думку, був ще одним свідченням того, що єдиними засобами регулювання, які існували для людей у багатьох комуністичних країнах, були формальні репресивні заходи, що здійснювала поліція. Та після того, як цей апарат зник, у людей не було внутрішніх цінностей, завдяки яким люди хочуть бути законослухняними, незалежно від того, чи спостерігає за ними поліція» [8].

Для порівняння пострадянських країн з соціальним капіталом інших цивілізацій Ф.Фукуяма звертається до сучасної Японії, мову

якої вчений уже навіть не знає, хоча його генетичне коріння пов'язано саме з цією країною та ментальністю її народу:

«Дуже цікаво поглянути на суспільство із високим рівнем соціального капіталу, яким, на мою думку, є Японія. Японія є однією з найбезпечніших країн у світі. З погляду звичайної злочинності, вона є безпечною не тому, що велика кількість поліцейських припадає на душу населення, або існує багато жорстких покарань. Країна безпечна великою мірою завдяки тому, що сусіди приділяють увагу одне одному та здатні встановлювати порядок на основі неформальних норм, не вживаючи офіційних примусових заходів. Вважаю, що у посткомуністичному світі є дуже гострий дефіцит саме таких неформальних норм. У цьому полягає проблема. Виникає запитання: що необхідно робити для того, щоб отримати більший соціальний капітал? Якщо цей аналіз проведено правильно, як слід розвивати ці норми та поновлювати певний рівень довіри між громадянами, з одного боку, та між громадянами й урядом, з другого. На мою думку, це є однією з найскладніших проблем. Та я поясню вам, чому ця проблема є складною з точки зору державної політики. Соціальний капітал може створюватися в економічній системі... У процесі звичайної взаємодії між людьми існуватиме власна зацікавленість кожного у розвитку норми щодо взаємодії, оскільки, у кінцевому підсумку, якщо ви пам'ятаєте про те, яка людина була чесною, це створює підґрунтя для суспільної довіри. Але умови, за яких таке спонтанне встановлення довірчих стосунків можливе, дуже специфічні...

Велике значення має правильне розуміння ролі держави. Це пов'язано з тим, що роль держави може або зруйнувати соціальний капітал, або створити основу для соціального капіталу, залежно від ступеня або засобу її втручання у суспільство. Ми вже проходили такі ситуації, коли держава, яка забагато втручається у суспільство, руйнує соціальний капітал. Таким був весь досвід марксизму-ленінізму. Французька держава, що призвела до виникнення суспільства з низьким рівнем довіри, була іншим прикладом, коли централізований державний апарат брав на себе надто багато функцій, які слід було залишити ринку або громадянському суспільству. Тому в довгостроковій перспективі це мало негативний вплив на можливість добровільного співробітництва між людьми. Відсутність держави, відсутність базових формальних правил, які надають такі базові суспільні блага, як безпека на вулицях або верховенство права, або відсутність набору формальних правил, на основі яких люди можуть взаємодіяти, також є ду-

же шкідливою для соціального капіталу. Оскільки саме така сукупність формальних рамок, що обмежують людську поведінку, потім дає змогу спонтанно встановлювати довірчі стосунки та певні норми між людьми. Таким чином, мені здається, що правда полягає у тому, що соціальний капітал часто є результатом нераціональних чинників: спільної релігії, спільної етнічної приналежності, або, наприклад, спільного травматичного досвіду, який отримала певна нація, що породжує суспільство, в якому люди розуміють один одного та працюють один з одним тощо. Не можна використовувати це як питання державної політики. Але можна створити умови, за яких є кращі можливості для спонтанного створення довірчих стосунків.

Я не знаю, яким з цієї точки зору є становище України. Але, звичайно, позитивним моментом є те, що нині у вас є активне громадянське суспільство, яке в дуже важливий момент політичного протистояння змогло привести український уряд до відповідальності... Вважаю, що це лише зародження, початок розвитку соціального капіталу у вашому суспільстві. Отже, я хочу наголосити, що якщо вам потрібний більший соціальний капітал, підтримуйте його. Ще кілька слів про освіту. Питання полягає в тому, що соціальний капітал нерідко є продуктом особливого типу освіти. Професійна освіта є не просто передачею певних фактів, знань та методик. Це також процес навчання моральним нормам, завдяки яким професійні стандарти є вищими за власні інтереси професіонала. Це і є свого роду визначенням професіоналізму. Насправді, я вважаю, що одна з переваг, яку надає така вища освіта, полягає у тому, що вона культивує певні норми, які знов-таки стають важливим джерелом соціального капіталу» [8].

Таким чином, у формуванні так званого суспільства знань, заснованого на знаннях, або суспільства знань, разом із накопиченням цих знань дуже важливо також засвоїти певні моральні норми. З цього приводу угорський учений синергетичного напрямку **Борис Санто**, відомий в Україні ще з часів радянської перебудови [26], ставить риторичне запитання: «З одного боку, я згоден називати (умовно, звісно) суспільство, в якому інновація відіграє значнішу роль, ніж коли-небудь, суспільством знань. З другого боку, мені гидко називати так таке суспільство, в якому пацани сплячуть ночами — причому в масовому порядку — машини та школи, а здорові, культурні люди з університетською освітою ріжуть горлянки пілотам літака, щоб врізатися в хмарочос і ціною свого життя вбити якомога більше людей, що нічого не підозрюють. Таке «суспільство знань» в його формі,

що існує сьогодні, вочевидь не триумфальний рух. Де сенс у цьому безглузді?» [27].

На засіданні «Нікітського клубу» экс-міністр науки і технічної політики РФ **Борис Салтиков** сказав: «Я песиміст у тому, що в нас можна побудувати суспільство, засноване на знаннях. По-перше, ми занадто багаті на природні ресурси, і наївно було б очікувати, що в нас відбудеться інноваційний вибух, якщо ті самі дивіденди можна отримати від простої експлуатації природних ресурсів. А по-друге, і це, ймовірно, найголовніше, у науковому співтоваристві країни досі переважає імперсько-патерналістська психологія. Поки стара наукова еліта не зрозуміє, що ми живемо в іншій економічній та політичній системі, про жодне суспільство, засноване на знаннях, казати марно» [28]. Є і третя причина, про яку йшлося на згаданому засіданні клубу, присвяченому становленню суспільства, заснованого на знаннях: *довіра*.

Ф. Фукуяма вважає, що соціальний капітал — це «певний потенціал суспільства або його частини, що виникає як результат довіри між його членами» [5, 52], тобто соціальний капітал — це форма матеріалізованої довіри. «...Люди, які один одному не довіряють, зрештою, зможуть співробітничати лише в рамках системи формальних правил і регламентацій — системи, що вимагає постійного переписування, узгодження, відстоювання в суді та забезпечення виконання, іноді примусового. Весь цей юридичний апарат, що замінює довіру, спричиняє зростання того, що економісти називають «операційними (точніше, трансакційними — **В.К.**) витратами». Тобто недовіра, поширена в суспільстві, накладає на всю його економічну діяльність щось на кшталт додаткового мита, що суспільствам з високим рівнем довіри платити не доводиться» [5, 55].

Довіра як вид — установка відносин, пов'язана з ціннісним ставленням людини до світу і самої себе. Є дуже багато економічних операцій, що стають можливими тільки тому, що люди довіряють один одному. Співробітництво створює взаємозалежність, а інвестиції окупляться тільки тоді, коли партнери дотримуватимуться своїх зобов'язань. Це стосується і простих виробничих відносин; це важливо навіть більшою мірою у фінансових відносинах, де гроші позичають і віддають через роки. Нарешті, якщо в суспільстві немає довіри, очікувати, що знання проникатиме в це саме суспільство, наївно.

Упродовж усієї історії економічних відносин міжнародна торгівля завжди була дуже ризикованим підприємством. Витрата часу і грошей, необхідних для доставки зробленого товару торговельному партнерові, припускають визначену довіру: чи дотримуватиметься інша

сторона умов договору, що навряд чи може бути забезпечений законодавчими актами? Взаємна вигода від подібної угоди навряд чи була б можлива, якби один із партнерів дав негативну відповідь на це питання. Таким чином, було б раціональним для партнерів інвертувати значні ресурси (наприклад, найнявши агента) для подолання цієї дилеми недовіри.

Історики-економісти довели, що навіть автократи, які нехтують будь-якими зобов'язаннями, мають свій інтерес у тім, щоб переконати населення в солідності кредиту довіри до них. Якщо в населення буде постійно присутній страх перед експропріацією, воно не вкладатиме гроші і не накопичуватиме статки, які автократ міг би обкладати податками.

У своїх дослідженнях Ф. Фукуяма, порівнюючи національні культури розвинутих країн, заявляє, що довірчі відносини, які домінують у культурній сфері, впливають на формування економічних інститутів: в економіці переважає сімейний бізнес, тому що довірчі відносини усередині сімейних уз є великою цінністю для її членів. Однак сімейність обмежує ефективність поділу праці. Так, культури з високим ступенем довіри, тобто країни з високорозвиненими інститутами посередництва (Фукуяма виділяє Японію, Німеччину і США), мають важливі переваги в конкурентній боротьбі. Вони мають сильні фінансові інститути, виважену політику наймання працівників і загалом більші корпорації, що стали *провідними на світовому ринку*.

Як найдорожча складова соціального капіталу, довіра необхідна передусім для заможності країни. У суспільстві з високим рівнем довіри, звичайно, вищий рівень визнання публічної влади, а отже, нижчі видатки на підтримання порядку. Інституціональна реформа, що випливає зі змін макроекономічних умов, відбувається спокійніше, тому що скорочуються видатки на розв'язання соціальних конфліктів. У багатьох країнах третього світу з низьким рівнем довіри людям не дістає елементарних інституціональних гарантій, що захищають від експлуатації та свавілля. Щодо відносин роботодавців з найманими працівниками, то в цих країнах практично ще не створено цивілізованої системи трипартизму, в якій держава виступає гарантом конституційних прав своїх громадян у цих відносинах.

Керівники держави й політики у країнах з низьким рівнем довіри стикаються із зовсім іншими стимулюючими структурами. Перебування при владі стає можливим тільки за підтримки могутніх угруповань. Лідери більше зорієнтовані на дотримання інтересів своїх клієнтів, ніж на добробут усього суспільства.

Втрата влади найчастіше поєднується з втраченою економічних позицій. Люди відчують ворожість до законного політичного порядку й не підкоряються існуючим правилам. За відсутності стабільних інститутів і соціального капіталу навіть політичні зміни залишаються насильницькими та вибухонебезпечними.

Щоб уникнути цього, соціальний капітал має бути акумульований у суспільстві. Зв'язок між близькими за інтересами групами в суспільстві, між адміністрацією і лідерами бізнесу, між бізнесом, робітничим класом і народом є соціальною платформою для створення правил, а також процедур контролю над їх виконанням. На Заході активну роль у цьому відіграють традиційні громадські організації, профспілки і церква. Необхідно зважати й на інші традиційні форми організації з урахуванням місцевої культурної спадщини та менталітету народу.

В Україні, інших країнах з перехідною економікою у суспільстві всі зв'язки — і традиційні, і ті, що формуються, гранично зруйновані. Українське суспільство ще далеке від атмосфери довіри, подібної до тієї, що існує в американській, німецькій або японській економіці. Багато в чому проблеми сучасної української економіки й політики полягають у недовірі до заможного класу з боку знедоленої та розчарованої більшості суспільства. Безумовно, особливості сучасного становища щодо довіри в Україні також визначає специфіка вітчизняного модернізаційного процесу, що аналогічний до процесів у Росії.

У післямові до книги Ф. Фукуяма «Довіра: соціальні чесноти і шлях до процвітання» російський економіст **Дмитро Травін** визначає такі джерела зародження культури довіри у сучасному російському суспільстві, як це господарсько-партійна номенклатура, комсомольсько-молодіжний бізнес, студентське братерство, ветеранські організації та соціально-етнічні групи тощо. Налагодження комунікацій між ними, а також між усіма діловими структурами — завдання, що стоїть на порядку денному [5, 728]. На створення інститутів довіри в суспільстві піде не одне десятиліття, оскільки взаємна довіра може виникнути тільки в соціальному контексті. Але вести цей процес — виховувати здатність до співробітництва як соціальну чесноту — треба постійно всім учасникам ринкових відносин на всіх рівнях управління економічними системами.

## **Комунікативні технології для створення соціального капіталу в Україні**

У контексті обговорюваної проблеми питання формування соціального капіталу, а також

становлення інститутів довіри, використання для цього нових технологій стають надзвичайно актуальними для України. Тут провідне місце мають посісти культура організації, ділова етика, а також недооцінювана поки що в управлінні, особливо в стратегічному плануванні, функція *комунікації*. Зокрема, йдеться про комунікаційний менеджмент, який може і повинен посісти своє належне місце в Національній інноваційній системі, що становить мережу структур для використання зростаючого запасу глобального знання, його асиміляції та адаптації до місцевих потреб, а також для створення нових знань і технологій.

У процесі спеціалізації управлінської праці комунікація перетворилася на відносно самостійний вид діяльності. Керування цією діяльністю — суть комунікаційного менеджменту. З погляду сфери діяльності і приваблюваних ресурсів, комунікаційний менеджмент — це професійна діяльність з використання комунікаційних засобів, методів, інструментів, механізмів, що забезпечують формування та ефективний розвиток усіх видів капіталу економічної системи. Саме така діяльність допомагає керівникам організації, міста, регіону розробити стратегію ефективного розвитку, сформулювати організаційну культуру, вибрати найдієвіші канали комунікації.

Комунікаційний менеджмент — це не доповнення до основної діяльності організації, а одна з ключових функцій у сфері маркетингу, керування персоналом, політичному і соціальному інжинірингу, в міжнародних відносинах. Тут є ще один вагомий аспект. За ринкових перетворень в Україні дедалі більше ціниться спроможність організації досягати взаєморозуміння і співробітництва з контактними аудиторіями, з громадськістю. Тому практично немає організацій, у яких не було б комунікаційних проблем і необхідності в їхньому професійному розв'язанні.

Комунікаційні проблеми прямо пов'язані з комунікаційними потребами організації. Найчастіше комунікаційні потреби ототожнюють з інформаційними потребами, тобто потребами різного роду інформації (так само, як ототожнюють інформацію з комунікацією, ЗМІ — з засобами масової комунікації).

До комунікаційних потреб організації належать *потреби в інформації* (нових даних, що зменшують невизначеність знань щодо будь-якого об'єкта); *власні комунікаційні потреби*, тобто потреби в спілкуванні або об'єднанні навколо організації її громадськості (у тому числі внутрішньої), а також *потреба в ефективному зворотному зв'язку*. Наочний приклад неефективних контактів з «бажани-

ми» аудиторіями — взаємини організації зі ЗМІ.

Комунікаційний менеджмент — самостійний вид спеціального менеджменту, що здійснює пізнання і використання закономірностей обміну інформацією, знаннями та інтелектуальною власністю в процесі формування і розвитку економічних систем; взаємодія і взаємозв'язок у часі та просторі елементів, що формують й ефективно використовують усі види капіталу економічних систем; це система управління, що за допомогою інтегрованої комунікації з цільовими аудиторіями сприяє досягненню максимальної ефективності в усіх напрямках розвитку організації в умовах зовнішнього середовища, що змінюється; професійна діяльність виробника, посередника і споживача з реалізації комунікаційної стратегії, що сформована відповідно до мотивів, настанов, інтересів, відносин і конкретних цілей кожного.

Місія комунікаційного менеджменту полягає у формуванні та реалізації стратегії здобуття вагомості людини та організації як суб'єкта господарювання через збільшення усіх видів капіталу економічної системи. Стратегія комунікаційного менеджменту — це довгострокова програма досягнення основних комунікативних цілей організації в рамках її стратегічного управління.

Мета комунікаційного менеджменту - підвищення ефективності економічної системи, формування і використання усіх видів її капіталу шляхом організації комунікативного простору. Мета формує такі завдання: добір і акумулювання інформації з зовнішніх джерел стосовно певної економічної системи; класифікація, трансформація, забезпечення доступності інформації; поширення й обмін інформацією в самій системі і поза нею; пошук ефективних способів, інструментів і механізмів інтегрованої комунікації; втілення фірмової комунікації в продуктах, послугах, документах, базах даних і програмному забезпеченні; створення, оцінка і використання нематеріальних активів.

У контексті вищезазначених понять можна вивести формулу комунікаційного менеджменту щодо результату діяльності організації, який дорівнює помноженню того, що ви робите, на те, що ви кажете. Тобто, для організації важливо не тільки те, що вона робить, а й те, як вона буде свої відносини з клієнтами та персоналом, як здійснює комунікацію. Якщо організація зробила щось корисне і важливе, але при цьому не налагодила систему комунікації, то бажаного результату не буде досягнуто. Вірно і зворотне: результат буде незадовіль-

ним за ефективної комунікації, але незначних здобутків у сфері виробництва і послуг.

Цей висновок неважко проілюструвати прикладами з практики сучасного державного управління. Під час проведення економічних реформ в останнє десятиліття не було серйозного переосмислення методів державної політики в інформаційному просторі. Дії влади так само мають стихійний, спонтанний характер. Негативне ставлення громадськості до реформи соціальної сфери багато в чому склалося через некваліфіковане використання владою комунікативного ресурсу. PR-кампанія на підтримання підвищення цін на комунальні послуги з наданням пільг найнезаконянішим прошаркам населення відверто провалилася і тільки посилила суперечності в суспільстві, спровокувала протестні настрої. У структурі державного управління і дотепер не створено ефективних механізмів, покликаних ініціювати та регулювати обговорення рішень, що готуються, у тому числі з погляду доцільності їхнього інформаційного супроводу вже на найпершій стадії реалізації національного проекту.

Для формування соціального капіталу суспільства, виховання культури довіри неоціненну користь можуть мати технології комунікаційного менеджменту, зокрема *репутаційний менеджмент*.

Один із найважливіших напрямів репутаційного менеджменту — забезпечення прозорості влади і бізнесу для потенційних інвесторів. Громадянське суспільство в Україні ще надто слабе, щоб змусити владу працювати прозоро. А непрозорість країни обмежує вплив інвестицій так само, як відштовхує інвесторів непрозорість компанії.

За оцінкою західних консультантів «Pricewaterhouse Coopers», такий нематеріальний актив або елемент публіцитного капіталу, як непрозорість, наприклад, тільки для Росії стала в десятки мільярдів доларів США недоотриманих прямих інвестицій на рік (Компанія. — 2001. — 30 апр.). За індексом непрозорості РФ перебуває в групі світових аутсайдерів. А збільшення прозорості й поліпшення корпоративного керування, на думку закордонних аналітиків, підвищить сумарну капіталізацію російських компаній від 54 до 75 млрд дол. Нині через невраховану комунікаційну складову бізнесу, наприклад, ПАТ «ЄЕС Росії» недооцінене на 9,2 млрд дол. США, Газпром — на 8,2 млрд, «Лукойл» — на 6,5 млрд, «Норильський нікель» — на 5,6 млрд дол.

Російський і український бізнес ще далекий від світових стандартів прозорості. Судячи з даних дослідження, проведеного IFC — інвес-



тиційним підрозділом СБ, у 94% російських компаній немає ніякого документа, який визначав би принципи їхньої інформаційно-комунікативної політики. І ще такі цифри: у 14% російських кредитних організацій навіть топ-менеджер не знає реальних власників банку. Та деякі заангажовані експерти вважають, що у найбільших компаніях Росії прогрес у цьому напрямі є, оскільки, принаймні, 50 російських публічних компаній уже складають звітність за міжнародними стандартами (Експерт. — 2003. — № 48). Хоча Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) так не вважає, і за оцінкою її експертів: «Прогресу в реформуванні газової індустрії — можливо, найменш реформованого сектору і, безперечно, одного з найменш ефективних — майже нема. Газпром виділяється на тлі й без того недорозвинutoї корпоративної культури Росії своєю винятковою непрозорістю» [29]. Але за результатами дослідження, проведеного в 2004 р. міжнародним рейтинговим агентством «Standard & Poor's», газовий монополіст Газпром визнано найпрозорішою з російських державних компаній за стандартами інформаційної відкритості. Прозорість держкомпанії вимірялася за 105 критеріями, що становлять інтерес для потенційних інвесторів. Зокрема, агентство цікавило, наскільки повно компанії розкривають інформацію про структуру власності, права акціонерів, фінансовий стан і процедури прийняття рішень, а чи також доступний звіт останніх зборів акціонерів, дані про винагороду аудитора або топ-менеджерів компанії. З'ясувалося, що Газпром розкриває 63% інформації, що відповідає середньому рівню відкритості держкомпаній на Заході. Друге місце посів енергохолдинг РАО «ЄЕС Росії», що прозорий на 59%. Список замикають «Роснефть» (34%), РАО «Російські залізниці» (28%) і «Татнафта» (27%). Усього аналізу піддалася інформаційна політика 11 російських державних компаній. Середній бал прозорості становив 47%. Водночас у найбільших приватних корпораціях у Росії цей показник у 2004 р. дорівнював 52%.

На жаль, результатів аналогічного дослідження в Україні немає. Але, незважаючи на певну зміну політичних векторів, ситуація в бізнесі України і РФ багато в чому схожа. І там, і тут до успіху можуть привести не так широкомасштабні рекламні кампанії або PR-акції, як прості, конкретні дії конкретних організацій і виконавців, у тому числі закордонних. Ці організації, що працюють переважно на ентузіазмі та з інтересу до України чи РФ, потребують політичної підтримки офіційних структур цих держав.

Формувати довіру до України потрібно в самій Україні. І це процес не миттєвий, треба вживати заходи, які можуть стати підґрунтям

для реалізації великої комунікаційної акції державного масштабу. Для цього необхідно:

— розробити національну комунікаційну стратегію;

— визнати українську мову і культуру одними з найважливіших активів країни, і в цьому ключі розробити державну програму підтримки закордонних студентів і аспірантів, які вивчають українську мову, українську культуру, українську економіку, а також створити систему грантів для стажувань іноземних студентів в Україні, для проведення спільних міжнародних досліджень, міжуніверситетських обмінів;

— організувати конкурси серед кращих вітчизняних консалтингових агентств і PR-структур на розробку комплексної комунікаційної програми зі створення і розвитку іміджу України. Зокрема, передбачити в ній такі відповідальні напрями, як освіта, втілення принципів економіки знань у суспільну свідомість, у тому числі в наукове співтовариство країни, у якому поки переважає патерналістська психологія, а також лобіювання інтересів науки, економіки знань серед великого українського бізнесу;

— створити іміджевий комітет, що зможе послідовно і системно займатися брендингом, пропонуватиме владі й суспільству рішення для створення того іміджу, на який заслуговуватиме в перспективі Україна;

— ввести в навчальні програми (системи другої вищої освіти, підвищення кваліфікації працівників органів державного управління) курс «Комунікаційний менеджмент» з обов'язковим розглядом питань формування, підтримки і захисту репутації суб'єкта господарювання. Аналогічний курс можна запровадити у вищих навчальних закладах, що надають першу вищу освіту, в рамках спеціалізації «public relations»;

— переглянути напрями розвитку державного PR з урахуванням очікувань українського суспільства, освоєння самою владою технологій та інструментів комунікаційного менеджменту;

— координувати дії в галузі будівництва державного іміджу з бізнес-співтовариством, що зацікавлене в позитивному результаті, та сприяти реалізації програм, проектів і окремих заходів фінансуванням.

Безсумнівно, для створення іміджу України державній владі необхідно вийти за межі адаптивності для того, щоб не пливати за суспільством, а вести його за собою, формуючи нові стандарти в суспільних пристраст-

тях, смаках, перевагах. Для цього влада повинна мати відповідні цілі, які й дали б їй змогу стратегічно випереджати суспільство. Адже тільки економіка, заснована на знаннях, новий імідж України в процесі розбудови її НІС мають допомогти їй зробити крок уперед і досягти мети, спираючись на інноваційні перетворення і нові нестандартні рішення.

## Джерела

1. *Fukuyama F.* The End of History? // The National Interest 16 (Summer 1989). — P. 3—18; *Фукуяма Ф.* Конец истории? // Вопросы философии. — М., 1990. — № 3. — С. 134—155; *Фукуяма Ф.* Конец истории? // Философия истории. Антология. — М.: Аспект Пресс, 1995. — 351 с. — С. 290—310.
2. *Фукуяма Ф.* Конец истории и последний человек. — М.: ООО «Изд-во АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. — 588 с.
3. *Фукуяма Ф.* Великий разрыв. — М.: ООО «Изд-во АСТ», 2003. — 474 с.
4. *Фукуяма Ф.* Великий крах: людська природа і відновлення соціального порядку. — Львів: Кальварія, 2005. — 380 с.
5. *Фукуяма Ф.* Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. — М.: ООО «Изд-во АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. — 730 с.
6. *Фукуяма Ф.* Наше постчеловеческое будущее: последствия биотехнологической революции. — М.: ООО «Изд-во АСТ»: ОАО «ЛЮКС», 2004. — 349 с.
7. *Фукуяма Ф.* Сильное государство: управление и мировой порядок в XXI веке. — М.: АСТ: АСТ Москва: Хранитель, 2006. — 220 с.
8. Що таке соціальний капітал? Київська лекція Френсіса Фукуями // День. — 2006. — 17 жовт. — № 177. — С. 4.
9. *Морозов О.Ф.* Ціна думки — інтелектуальний капітал. — Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2005. — Розділ 5. «Складові інноваційного розвитку». — С. 249—306.
10. *Schultz T.* Investment in Human Capital. — The American Economic Review. — Marcy 1961. — N 1.
11. *Шульц Т.У.* Экономика пребывания в бедности. Нобелевская лекция 8 декабря 1979 г. // Мировая экономическая мысль сквозь призму веков в 5-ти томах. — Т. V. Всемирное признание. Лекции Нобелевских лауреатов. — Кн. 1. — М.: Мысль, 2004. — С. 358—372.
12. *Кендрик Дж.* Совокупный капитал США и его формирование. — М.: Прогресс, 1978. — 275 с.
13. *Кузьменко В., Шиптенко Т.* Виробничо-ресурсний потенціал України та ефективність його використання // Економіка України. — 1992. — № 4. — С. 53—61.
14. *Becker G.S.* Human Capital: a Theoretical and Empirical Analysis. — N.Y.: Columbia University Press for NBER, 1964. Ch. 2.

15. *Becker G.S.* Human Capital and the Personal Distribution of Income: An Analytical Approach. Woytinsky Lecture, N 1. / Institute of Public Administration. University of Michigan, 1967.
16. *Беккер Г.С.* Экономический взгляд на жизнь. Нобелевская лекция 9 декабря 1992 г. // Мировая экономическая мысль сквозь призму веков в 5-ти томах. — Т. V. Всемирное признание. Лекции нобелевских лауреатов. — Кн. 1. — М.: Мысль, 2004. — С. 688—706.
17. *Коулман Дж.* Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. — 2001. — № 3. — С. 122—139. — <http://ecsocman.edu.ru/ons>
18. *Коулман Дж.* Экономическая социология с точки зрения теории рационального выбора // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев. — М.: РОССПЭН, 2004. — С. 159—181.
19. *Кулинкович А.Е.* Велимир Хлебников и Иван Шарапов. — [http://ka2.ru/nauka/kulinkovich\\_8.html](http://ka2.ru/nauka/kulinkovich_8.html)
20. *Вебер М.* Протестантська етика і дух капіталізму. — К.: Основи, 1994. — 261 с.; Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М. Избранные произведения. / Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова, предисл. П.П. Гайденко. — М.: Прогресс, 1990. — 808 с. — С. 61—272.
21. *Шумпетер Й.А.* Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. — 455 с.
22. *Scumpeter J.* Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process. — N.Y.-L., 1939.
23. *Кропоткин П.А.* Взаимная помощь как фактор эволюции. — СПб., 1904. (впервые на английском языке) — L.-N.Y., 1902; 2-е изд.: Харьков, 1919; Кропоткин П.А. Взаимная помощь среди животных и людей как двигатель прогресса. — Пг.-М., 1919; Кропоткин П.А. Анархия: Сборник. — М.: Айрис-Пресс, 2002. — С. 46—114.
24. *Туган-Барановский М.И.* Социальные основы кооперации. — М., 1916; 2-е изд.: М., 1918; 3-е доп. издание: М., 1919. — Переиздание: М.: Экономика, 1989. — 496 с.
25. *Кондратьев Н.Д.* Михаил Иванович Туган-Барановский. — Пг., 1923.; переиздание: Истоки: вопросы истории народного хозяйства и экономической мысли. Вып. 2. — М., 1990. — С. 268—294.
26. *Санто Б.* Инновация как средство экономического развития. — М.: Прогресс, 1990. — 296 с.
27. *Санто Б.* Интеллектуализация общества. — <http://iee.org.ua/ru/pub/p79>
28. *Круглый стол «Никитского клуба»* // Независимая газета. — 2003. — 8 октября.
29. *Доклад «Оценка российских реформ ОЭСР»* // Коммерсантъ. — 2005. — 20 июня.
30. *Палеха Ю.І.* Іміджологія: Навч. посібник. — К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2004. — 323 с.