

УДК. 338.242

Трансформация менеджмента как результат воздействия новых информационных технологий на современное общество и экономику

Канд. соц. Наук, доцент **Бразевич Д.С.** brazevich1986@mail.ru

Канд. психол. наук, доцент **Герасимова А.Ю.** 4383839@mail.ru

Заварицкая О.В. olesia4728@mail.ru

Университет ИТМО

191002, Санкт-Петербург, ул. Ломоносова, 9

В современных условиях происходят стремительные изменения во многих сферах человеческой деятельности, проявляющиеся в трансформации мировой экономики в целом как результат «прорастания» индустриального общества в постиндустриальное, которое в свою очередь, все более и более четко оформляется как информационное общество, приобретая новые, присущие только ему параметры и характеристики. Кардинальная трансформация мировой экономики является результатом широкого использования информационных технологий, информационных систем и сети Internet, роста значимости информации и знаний в организациях и в целом в бизнесе и, как следствие, значительных изменений в формах, методах и инструментах управления. Ускоряющаяся информатизация является предсказуемым, наиболее видимым сейчас вектором воздействия новых технологий на социальную структуру общества. В статье выделяются и рассматриваются две группы воздействия. С точки зрения экономического анализа, первый вектор - развитие индивидуальных возможностей человека - интерпретируется как увеличение человеческого капитала. Вторым вектором - развитие сетевой формы организации - способствует в экономической сфере росту эффективности внутрифирменного менеджмента и межорганизационных взаимодействий. Особо подчеркивается, что в экономической сфере новая сетевая структура позволяет максимально полным образом использовать возросший образовательный потенциал современной высококвалифицированной рабочей силы, а также возможности современных информационных технологий. За счет обеспечиваемой гибкости коммуникационных контактов, и высоких стимулов к труду, создаются предпосылки к максимально полному использованию возможностей, навыков, знаний, контактов, информации сотрудников, во многом перенимающих на себя функции «предпринимателей-инноваторов», удается значительно повысить конкурентные преимущества фирм.

Ключевые слова: менеджмент, трансформация, информационные технологии, коммуникация, информация, социальный капитал, коммуникативный опыт, социальные структуры, радиус доверия, сетевые организации, эффективность, информационный социум, управление социальным капиталом.

Transformation of management as a result of new information technologies influence to modern society and economy

Ph. D. **Brazevich D.S.** brazevich1986@mail.ru

Ph. D. **Gerasimova Y.U.** 4383839@mail.ru

Zavaritskaya O.V. olesia4728@mail.ru

University ITMO

191002, Russia, St. Petersburg, Lomonosov str., 9

In modern conditions, undergoing rapid changes in many spheres of human activity, manifested in the transformation of the global economy as a result of "germination" of industrial society into a post,

which in turn, more and more clearly drawn as the information society, acquiring new, unique to him parameters and characteristics. The fundamental transformation of the world economy is the result of extensive use of information technology, information systems and the Internet, the growing importance of information and knowledge in organizations and business in general and, as a consequence, significant changes in the forms, methods and management tools. Accelerating informatization is predictable, the most visible today vector impact of new technologies on social structure. In the article are selected and treated two groups of influence. From the point of view of economic analysis, the first vector - the development of individual human capabilities - interpreted as an increase in human capital. The second vector - the development of network forms of organization - in the economic sphere contributes to greater efficiency in-house management and inter-organizational interactions. It is emphasized that in the economic sphere, the new network structure allows the fullest use of the increased educational potential of the modern highly skilled workforce, as well as the possibilities of modern information technology. Due to the flexibility provided by the communications contacts and high incentives to work, are prerequisites to the fullest advantage of the opportunities, skills, knowledge, contacts, information, personnel, largely takes over the functions of the "entrepreneurs-innovators," Can significantly improve the competitive advantage of firms.

Keywords: management, transformation, information technology, communication, information, social capital, communicative experience, social structures, the radius of trust, network organizations, efficiency, information society, the management of social capital.

Одним из основных факторов влияния научно-технического прогресса на все виды сферы деятельности человека является широкое использование новых информационных технологий. Заметим, что научная рефлексия гуманитарных реалий информационного общества является сегодня одним из центральных сюжетов всех социальных наук. Какова «человеческая составляющая» нового мира – мира массовых коммуникаций, наукоемких технологий, электронных средств связи? Как меняется деятельность, общение и сознание человека в обществе, основным капиталом, средством производства и ресурсом развития которого становится информация?

Прежде всего, отметим, что, согласно целому ряду работ Н.Лумана, Д.Иванова, Н.Иноземцева и др., специально посвященных анализу современных макросоциальных процессов, реальность информационного мира оказалась, весьма отлична, от тех изначальных футурологических прогнозов, которые строились еще на заре его возникновения. Напомним, что за онтологическое основание своих концепций классики теорий информационного социума, такие как Д.Белл, О.Тоффлер, А.Турен, брали не объективную реальность, а отношения человека с ней, иными словами – субъективную переработку информации об этой реальности. В итоге классическая характеристика информационного общества, оформившаяся на рубеже 60-х-70-х гг. XX века, включала в себя следующие основные параметры.

1. Переход экономических и социальных функций от капитала к информации.

Более детально это раскрывалось по целому ряду оснований, таких как: соединение науки, техники и экономики; увеличение информоемкости производимых продуктов, сопровождающееся увеличением доли инноваций, маркетинга и рекламы в их стоимости; высокий уровень автоматизации производства, освобождающий человека от рутинной работы и т.п. Короче, как то общество, в котором производство информационного продукта, а не продукта материального станет движущей силой образования и развития новых структур.

2. Не собственность, а уровень знаний как фактор социальной дифференциации.

В основе этого процесса, по утверждению Д.Белла, лежит рост сферы услуг за счет сферы материального производства, вызывающий, в свою очередь, преобладание в высших социальных эшелонах людей, специализирующихся на выработке кодифицированного (т.е. систематически организованного) знания. Подобный тип профессионального труда неотделим от большего удельного веса в нем всевозможных инноваций, что опять же предъявляет повышенные требования к уровню

знаний работника. Современное общество живет за счет инноваций и социального контроля за изменениями, оно пытается предвидеть будущее и осуществить планирование. Именно изменение в осознании природы инноваций делает решающим теоретическое знание. Закономерным следствием этого, становится, по мнению Белла, формирование новых социальных элит, основанное на уровне полученного образования.

3. Симбиоз социальных организаций и информационных технологий.

Согласно тому же Д.Беллу, возможность внедрения новых информационных технологий не только в промышленное производство, но и в социальную сферу определяется, прежде всего, через создание тех ли иных алгоритмов действия – принятия управленческих решений, выбора в неопределенной ситуации или в ситуации риска и т.п. Результатом этого должна стать новая рациональность грядущего информационного века, - основанная не на классической идее «общественного договора» или «социального согласия», а рациональность интеллектуальных технологий, позволяющая наконец-то осуществиться весьма почтенной по своему возрасту мечте об упорядочении социальной жизни.

Однако уже на период последующего десятилетия, а в дальнейшем – тем более, стало очевидным, что действительность, как всегда, оказывается значительно разнообразней ее предварительных прогнозов. К чему же привела реальная практика воздействия новых информационных технологий на социальную структуру общества?

Так, во-первых, оказалось, что формирующееся информационное общество характеризуется не только и не столько расширяющимися возможностями накопления и переработки информации (как это представлялось классикам), сколько новыми формами коммуникации. Данные принципиальные изменения процесса коммуникации в современном мире рассматриваются по самым разным основаниям.

Прежде всего, в качестве наиболее общего изменения отмечают глобализацию средств массовой информации и коммуникации. Именно она задает, по выражению Э.Гидденса, «мировой информационный порядок», сущностью которого становится насильственное распространение западной культуры по всему миру.

В качестве другого специфического изменения, хотя и менее очевидного, выступает трансформация самой структуры коммуникативного опыта человека. Так в среде новых информационных технологий характерной особенностью коммуникации становится постоянная необходимость «доставивания», конструирования как образа партнера по коммуникации, так и правил взаимодействия с ним.

Другие изменения коммуникации внешне носят менее принципиальный характер, и исследователи значительно расходятся в оценках их возможного отсроченного эффекта. Так, например, отмечается возможная потеря научным дискурсом своего привилегированного положения, своеобразное обострение традиционных проблем коммуникации, таких, например, как проблема доверия/недоверия к передаваемой информации.

В итоге все эти изменения привели к тому, что сегодня теоретики информационного общества фактически отождествляют процессы коммуникации и развития социальных структур: яркими примерами подобного подхода могут служить концепции Н.Лумана и М.Кастельса. Таким образом, существенно изменился первый параметр оценки информационного социума: не информация, а коммуникация оказывается его «смыслообразующим стержнем».

Во-вторых, значительные уточнения претерпела и вторая из классически выделяемых характеристик информационного общества, а именно определения роли знания как основы социальной стратификации. Эти уточнения и возражения группируются опять же по самым разным основаниям.

Наиболее радикальная точка зрения состоит в том, что в свое время Д.Белл отождествил понятия знания и информации, задав на будущее определенный социальный стереотип. Между тем очевидна

необоснованность подобного отождествления, и сегодня скорее приходится говорить о степени доступа к информационным кодам как основании социальной стратификации, чем о степени овладения, тем или иным теоретическим знанием.

Похожая, но менее радикальная позиция исходит из того, что сегодня уровень знания вообще не является основанием социального неравенства, а доступность информационных кодов как критерий стратификации в ряде случаев также становится избыточным: достаточно учесть объективную доступность источников информации как таковых. В силу неравномерности их распространения (особенно очевидной в условиях нашей страны) как отдельные социальные группы, так и отдельные индивиды имеют разные информационные возможности.

Ряд возражений классической позиции Д.Белла состоит в том, что процесс коммуникации в мире электронных технологий. Последний с его преобладанием готового программного обеспечения и соответствующим требованием все менее специализированных знаний, возносит на лидирующие социальные позиции определенный тип людей – обладающих разнообразием и гибкостью когнитивных стилей. В этой связи интересна также точка зрения известного отечественного теоретика постиндустриального общества, согласно которой формирование технократических элит связано не только и не столько с их «близостью к информации», сколько с объективными изменениями социальной коммуникации. Возрастание скорости информационных потоков требует большей быстроты принятия решений во всех областях социальной практики, что может быть достигнуто только за счет их меньшей коллегиальности и большей конфиденциальности.

Таким образом, изменился и второй параметр оценки информационного социума: не уровень знания, а характер отношения к информации становится основанием нового социального неравенства.

В-третьих, что касается последней, выделяемой классиками, характеристики информационного общества, состоящей в возможности алгоритмизации и программирования социальных процессов, то ее судьба оказалась, пожалуй, наиболее печальной. Ее несоответствие реальности доказывается опять-таки достаточно разнообразно.

Например, отмечается, что становление сетевых форм организации производства и, в особенности, связанное с этим распространение сетевого принципа коммуникации существенно затрудняет любую алгоритмизацию, ибо опирается на идею постоянного «доставивания» и собственно производственного, и коммуникативного процесса.

Если же обратиться к практике деятельности виртуальных производственных форм и виртуальных сообществ (как максимально выраженному воплощению идеи сетевых форм организации), то можно увидеть, что перенос значительной части информационных потоков во всемирную Паутину затрудняет контроль над ними со стороны тех или иных социальных институтов. Во многом это связано с известным фактом «размывания» статусных позиций в виртуальных сетевых организациях, с исчезновением привычных «ответственных лиц», на которых можно было бы оказать то или иное социальное давление. Вместо них формируются новые центры влияния, так называемые «информационные брокеры» – люди или группы людей, играющие ключевую роль в организации коммуникации, в основном через распространение ее новых норм и правил.

Наконец, заметим, что децентрализация и «умножение» субъекта электронной коммуникации (в силу новых возможностей «коллективного авторства» и «игр с идентичностью») определенно ставит под сомнение возможность какого-либо управления им, и уж тем более «программирования».

Таким образом, кардинально изменился и последний, третий, параметр исходной характеристики информационного общества: на смену идее о грядущей интеллектуальной рациональности человека информационного века пришло утверждение его принципиальной иррациональности, незавершенности, неопределенности и пр.

Возникает, однако, закономерный вопрос: а насколько отмеченные тенденции характерны для нашей страны? Как может быть оценена социальная роль новых информационных технологий в

обществе глобальных социальных перемен? Какова специфика «информационных вызовов» в ситуации социального кризиса?

Прежде всего, заметим, что проблема вхождения России в глобальный информационный мир сегодня активно дискутируется. В дискуссии принимают участие представители общественных наук, специалисты в области самих информационных технологий, социальные практики, и все находят в ней «свой сюжет». Но при всем разнообразии позиций принципиально важным является то, что они существуют и существуют достаточно активно. Представляется, что причин тому несколько.

Во-первых, новые информационные технологии – в силу того, что они именно «новые», а потому более «выпуклые» для общественного сознания – довольно часто выступают как «лакмусовая бумажка» при оценке положения России в целом. Соответственно, в зависимости от личной позиции исследователей развитие данных технологий оценивается либо как одно из направлений текущих глобальных трансформаций современной России, либо как залог ее «отставания навсегда» от развитых стран мира.

Во-вторых, внедрение новых информационных технологий (пусть еще очень и очень скромное) в действительность посттоталитарного общества актуализирует внимание к проблеме социального влияния. Соответственно, например, Интернет-среда оценивается либо как пространство свободы личности, либо как ресурс практически неограниченного контроля за человеком со стороны государства.

В-третьих, - и это представляется нам наиболее важным, - в условиях радикальных социальных изменений новые информационные технологии как нигде более обостряют целый ряд объективных противоречий. Так, в России сегодня повсеместное разрушение производства высокотехнологической продукции сосуществует с наличием весьма динамичного рынка ее потребления; быстрыми темпами увеличивается разрыв между небольшой, но быстрорастущей группой пользователей электронных коммуникаций и огромным количеством людей, не имеющих к ним доступа; растут социо-культурные противоречия между образованной, англоговорящей, космополитически настроенной частью общества и остальным населением. Соответственно, в общественном сознании факт, достаточно динамического развития новых информационных технологий может быть оценен как еще один фактор социальной дестабилизации. Но, так или иначе, реалии информационного века все более становятся социальной реальностью современной России.

Развитие новых социально-технологических институтов: телемедицины и дистанционного образования, электронной торговли и дистанционной занятости, интернет-СМИ и «электронного правительства» видимо и очевидно изменяют структуру важнейших секторов экономики.

Однако наряду с экономическими последствиями следует выделять и последствия социальные: ускоряющаяся информатизация является предсказуемым, наиболее видимым сейчас вектором воздействия новых технологий на социальную структуру общества [1].

Такое воздействие можно разбить на две группы:

1. Непосредственное воздействие новых информационных технологий на сознание человека - в первую очередь, за счет значительного расширения его когнитивных и коммуникативных возможностей. При этом мало предсказуемыми являются ответы на вопрос о влиянии (прямом или косвенном) распространения новых информационных технологий на динамику изменения системы ценностей, описываемой, например, теориями постмодерна [2, 3].

2. Воздействие информационных технологий на социальную организацию: использование новых средств коммуникации принципиально снижает издержки передачи информации, упрощается и стремительно ускоряется процесс создания географически распределенных социальных групп (сетей), характеризующихся преобладанием неиерархических «горизонтальных» коммуникаций, возможностью общения «всех со всеми» [4, 5].

С точки зрения социально-экономического анализа, первый вектор - развитие индивидуальных возможностей человека - можно интерпретировать как увеличение человеческого капитала. Наряду с количественным эффектом снижения издержек на тиражирование образовательных программ (а значит, с существенным подъемом минимального стандарта образования), осуществим переход к новому качеству образования - к «непрерывному», продолжающемуся всю жизнь образованию для взрослых, и к многократному ускорению процесса разработки и внедрения инноваций в образовательные программы, а значит - и к росту их эффективности.

Второй вектор - развитие сетевой формы организации - способствует в экономической сфере росту эффективности внутрифирменного менеджмента и межорганизационных взаимодействий (см., например, работы Сергея Парина [6], Чарльза Севиджа [7] и ряда других [8, 9, 10, 11, 12]).

В экономической сфере новая сетевая структура позволяет максимально полным образом использовать возросший образовательный потенциал современной высококвалифицированной рабочей силы, а также возможности современных информационных технологий. За счет обеспечиваемой гибкости коммуникационных контактов и высоких стимулов к труду создаются предпосылки к максимально полному использованию возможностей, навыков, знаний, контактов, информации сотрудников, во многом перенимающих на себя функции «предпринимателей-инноваторов», удастся значительно повысить конкурентные преимущества фирм.

Резерв организационных инноваций в качестве источника повышения эффективности предприятий высок - так, эффект преодоления «Х-неэффективности», связанной с недостаточно высокой мотивацией работников, оказывается очень значительным [13].

Именно рост эффективности факторов - мотивационных и коммуникационных, связанных с повышением эффективности управления, оказывается одним из основных факторов продолжающегося роста производительности труда, который не может быть объяснен исключительно технологическими нововведениями в материальном производстве.

Дат Энгельбарт, показывая место и значение новых средств коммуникаций, предложил следующие функции предприятия:

А - первичная деятельность: изготовление конкретных изделий (например, автомобилей) или сервис (например, медицинское обслуживание);

В - вторичная деятельность, направленная на улучшение основной функции;

С - деятельность, направленная на совершенствование функции В [27].

Здесь подчеркивается высокая актуальность новых коммуникационных технологий, прежде всего, для функций В и С. На наш взгляд, это относится не только к коммерческим предприятиям, но и вообще к любым организациям и, более того, к обществу в целом.

В политической и социальной сфере новые формы коммуникации создают предпосылки развития институтов и организаций гражданского общества, обеспечивающих наращивание социального капитала, рассматриваемого в работах Джеймса Коулмена [14], Роберта Патнэма [15], Френсиса Фукуямы [16, 17].

В своей статье «Социальный капитал и гражданское общество» Ф.Фукуяма определяет социальный капитал как «подтвержденные неформальные нормы, которые способствуют сотрудничеству между двумя или большим числом индивидуумов». По мнению Ф.Фукуямы, это важное понятие для эффективного функционирования современной экономики и непременное условие стабильности либеральной демократии, а его построение является задачей для «второго поколения» экономических реформ. Социальный капитал составляет культурный компонент современных обществ, который в различных формах был организован, начиная с эпохи Просвещения, на основе учреждения формальных институтов, правил и законов.

Рассматривая различные проявления социального капитала через призму концепции, известной под названием «радиус доверия», автор разделяет все группы, воплощающие социальный капитал, в

соответствии с «некоторым радиусом доверия, то есть кругом людей, среди которых действуют совместные (кооперативные) нормы». Если социальный капитал группы производит «положительное впечатление» на окружающую среду, то радиус доверия может быть больше, чем непосредственно сама группа.

Возможно также, что радиус доверия будет меньше, чем численность группы - большие организации способствуют совместным (кооперативным) нормам только среди лидеров группы или постоянного штата. «Радиусы доверия могут присутствовать, начиная от отношений между друзьями до неправительственных организаций и религиозных групп».

Политическая функция социального капитала в современной демократии состоит, по мнению автора, в построении гражданского общества, которое является неременным условием для существования либеральной демократии и служит для того, чтобы сбалансировать власть государства и защиту индивидуумов от власти государства.

Роберт Патнэм предложил измерять социальный капитал путем подсчета и суммирования групп в гражданском обществе, используя число n , которое изменяется во времени t и характеризует членство в спортивных клубах, лигах, литературных обществах, политических клубах и т.п. Учитывая, что каждая группа характеризуется различным уровнем «внутреннего единства и коллективного действия», возникает необходимость в добавлении некоторого качественного коэффициента c , позволяющего обеспечить «меру единства» и внутренние связи групп.

Следует учитывать радиус доверия каждой из групп - gr . Если радиус доверия распространяется на всю группу, то коэффициент gr будет равен 1. Однако некоторые группы, особенно большие, например, многомиллионные организации, характеризующиеся внутренней иерархией, могут иметь большую n -ценность, но очень маленький gr коэффициент. С другой стороны, возможно, чтобы группа имела gr коэффициент больше 1. Например, религиозное или неформальное движение, которое поощряет честность и надежность в деловых отношениях не только между членами группы, но и за ее пределами, будет иметь коэффициент gr больше 1.

Рассматривая воздействие некоторых групп на внешнюю среду, автор приходит к выводу, что при расчете социального капитала должен присутствовать еще один коэффициент - gn (так называемый «радиус недоверия»), характеризующий внешнее впечатление общества от той или иной группы. Например, высоко дисциплинированная и хорошо организованная группа, разделяющая экстремистские взгляды, будет иметь высокие значения n и c , а также значение gr , близкое к 1, но ее влияние будет просто негативным. «Общество, состоящее из Ку-клукс-клана, мафии и т.п., не может иметь большого социального капитала».

Таким образом, социальный капитал выражается как:

$$SC = ((1/rn)*gr*c*n) 1...t. [18]$$

Очевидно, что возникновение и распространение интернет-технологий позволяет эффективно влиять на формирование новых организаций с заранее заданными свойствами, увеличивая социальный капитал общества (или снижая его в случае формирования преступных организаций).

Для исследования социальных возможностей, открывающихся в связи с распространением интернет-технологий, эффективным является использование анализа социальных сетей (social network analysis) - активно развивающегося направления современной социологии.

Сеть социальных взаимодействий состоит из социальных акторов и наборов взаимосвязей между ними. В качестве социальных акторов могут выступать индивиды, социальные группы, организации, города, страны. Под связями понимаются не только коммуникационные взаимодействия между акторами, но и связи по обмену различными ресурсами и деятельностью, включая конфликтные отношения. Полученная сеть взаимодействий может быть проанализирована различными методами теории графов, теории информации, математической статистики.

В отличие от классических методов анализа, которые исследуют индивидуальные свойства объектов, основные цели анализа сетей - это исследования взаимодействий между социальными объектами (акторами) и выявление условий возникновения этих взаимодействий [19].

Впервые концепция социальной сети была введена в научный оборот как аналитическое понятие в 1954 г. Д. Барнесом [20]. В своей работе он характеризует социальную сеть следующим образом: «Каждый человек имеет определенный круг друзей, а эти друзья имеют, в свою очередь, собственных друзей. Некоторые из друзей одного человека знают друг друга, другие - нет. Я нашел удобным говорить о такого рода социальных полях как о сетях. Под этим мне видится система точек, некоторые из которых соединены между собой. Точками этой системы являются люди, и линии соединения этих точек указывают, какие люди взаимодействуют друг с другом». [21].

Необходимость измерения насыщенности сети связями привела к разработке К. Митчелом и Д. Барнесом понятия «плотности» (density). Плотность сети определяется соотношением всех возможных прямых связей с фактически существующими, т.е. показывает на то, в какой мере люди, связанные с лицом А, поддерживают контакты между собой.

Развитие интернет-технологий за счет снижения издержек и изменения характера коммуникаций значительно расширяет первичную зону практически каждого пользователя, тем самым повышая его «личный» социальный капитал, рассматриваемый как возможность использования новых связей (контактов) в собственных целях.

Николас Луман рассматривал общество как структуру, воспроизводящую себя через непрерывно возобновляемые коммуникации. И здесь особенно важна роль интернета - с одной стороны, в качестве катализатора, обеспечивающего стремительный рост «плотности» межличностных и межгрупповых коммуникаций, а с другой - создающего возможность изменения направлений потока этих коммуникаций, способного тем самым реально трансформировать социальную структуру общества.

Интернет, позволяя через удешевление коммуникаций принципиально упростить процесс формирования организаций любого масштаба и направленности, максимально децентрализует возможности социального проектирования. Наиболее очевидные инструменты социального проектирования - интернет-сайты и интернет-форумы, позволяющие проектировать социальные сообщества с практически любыми заданными характеристиками (образовательными, возрастными, профессиональными и т.д.).

Основным «ресурсом», обеспечивающим функционирование таких организаций является предоставляемый организатором интернет-сайта (контент-провайдера) приток обновляемой уникальной информации - эксклюзивной, либо качественно обработанной. При этом, важным источником такой информации является сами участники сообщества - в этом случае роль организатора все больше смещается в сторону «редактора дискуссии» - модератора.

Создание интернет-ресурсов часто носит коммерческий характер, предположительно окунаясь за счет размещаемой на сайтах «баннерной» или иной рекламы. При этом формирование устойчивых сообществ пользователей - комьюнити - вокруг тематически четко очерченного сайта получило наибольшее развитие в сфере маркетинга (идеальная сегментация рынка) [22, 23].

Однако не меньший интерес представляет формирование комьюнити вокруг некоммерческих ресурсов - научных, образовательных, политических, правозащитных, досуговых. Фактически они уже стали ядрами кристаллизации и развития реально работающих институтов гражданского общества. Создание интернет-ресурсов оказывается значительно более эффективным инструментом формирования географически распределенных организаций по сравнению с традиционными СМИ - минимальные издержки на создание и поддержку, а также рекламу при максимальной обратной связи [24, 25].

Эффективность и сама возможность активной совместной деятельности между участниками интернет-комьюнити зависит от уровня доверия между участниками сети, от этого же зависит, в

конечном счете, и в агрегированном случае, и величина общественного социального капитала.

В этих условиях перспективным является целенаправленное конструирование специальных сетевых организаций, призванных обеспечить принципиально большую эффективность межличностного взаимодействия, по сравнению с обычными для интернета более или менее стихийными механизмами - онлайн-конференциями, чатами, списками рассылки, веб-форумами и др.

Основные характеристики сетевой (не обязательно онлайн-овой) организации рассмотрены в работах М.М. Чучкевича [26]. По его определению, сетевая организация - это объединение независимых индивидов, социальных групп и/или организаций, действующих скоординировано на продолжительной основе по достижению согласованных целей и имеющих общий корпоративный имидж и корпоративную инфраструктуру.

Выделяется пять основных характеристик сети:

Независимость членов сети. Признаком перехода от вертикально или горизонтально интегрированной бюрократии к сетевой организации является то, что члены организации имеют определенную степень свободы, достаточную для того, чтобы иметь возможность определить приоритеты по характеру и направленности собственной деятельности, и нести ответственность за конечный результат. При этом, в отличие от членов организаций, действующих в рамках иерархии и несущих ответственность перед вышестоящей инстанцией за достижение результата, заданного целью, поставленной извне, в организациях сетевого вида характерен преимущественно тип ответственности «перед самим собой» за собственный успех и результат достижения самостоятельно поставленной цели.

Множественность лидеров. Понятие лидерства в сети не совпадает с лидерством в организациях иерархического типа. Лидер в сетевой организации - любой человек или компания, являющаяся носителем финансового, производственного, коммуникативного, экспертного или иного ресурса, актуального и важного для работы сети в данное конкретное время. Вторым необходимым условием лидерства является готовность члена сети к использованию своего ресурса для достижения общих целей сети (параллельно с реализацией собственных целей). Такое определение в сетевой организации обеспечивает реальную множественность лидеров, отличая ее от организации иерархического типа. В организациях сетевого типа система лидерства носит изменяющийся характер, что определяется изменяющимся сочетанием ресурсов, используемых сетевой организацией.

Объединяющая цель. Объединяющая цель в сетевых организациях строится на индивидуальном интересе каждого члена сети, недостижимом вне сети. Как правило, объединяющая цель основана на заинтересованности членов сети в использовании совместных статусных, маркетинговых и информационных ресурсов. Объединяющая цель сетевой организации должна быть выверена на максимальную близость к материальным и значимым материальным и духовным потребностям участников и должна подразумевать механизм удовлетворения этих потребностей.

Добровольность связей. Принцип добровольности связей логически вытекает из принципа независимости членов сети и делает возможным гибкое изменение структуры и состава сети, быстрое изменение объема ресурсов в сети.

Множественность уровней взаимодействия. В обычной сети количество уровней взаимодействия, как правило, ограничено и задано жесткой структурой организации. Возможно, взаимодействие непосредственно с вышестоящим и нижестоящим уровнем и несколькими функциональными подразделениями. В сети взаимодействие возникает непосредственно по линиям актуальной потребности во взаимодействии - каждый может взаимодействовать с каждым напрямую, что обеспечивает максимальную эффективность взаимодействия в рамках сети по сравнению с административными организациями.

Функциональную идеологию сетевой организации можно охарактеризовать как конкурентное сотрудничество: позволяя, с одной стороны, сохранять стимулы к развитию, связанные с сохранением конкуренции между участниками сети, оно дает возможность, с другой стороны, сочетать конкуренцию

с интенсификацией сотрудничества в тех направлениях, где это возможно к совместной пользе. Сфер деятельности, в которых конкурентное сотрудничество оказывается максимально выгодным, достаточно много.

Важными характеристиками сетевой организации являются ее гибкость по отношению к типам социальных объектов, входящим в ее состав, и возможность включать в себя конкретных людей, единичные организации, группы организаций в любых сочетаниях.

Состав сетевой организации отличается постоянной ротацией членов организации в соответствии с актуальностью их нахождения в составе сети. Максимальная степень структурной гибкости переводит эту гибкость из статуса количественной в статус качественной характеристики сетевой организации.

Повышенную эффективность и результативность деятельности в рамках сетевой организации обеспечивает феномен «Сетевого рычага». Механизм его действия прост: каждый из членов сети имеет некоторый, достаточно ограниченный, но качественный ресурс конкретного типа. Каждый член сети предоставляет в распоряжение сети непосредственно или потенциально весь ресурс или его часть. В результате формируется общесетевой потенциально единый ресурс, наличие которого позволяет каждому члену сети строить отношения со своим клиентом, исходя из наличия в его распоряжении всего общесетевого объема данного ресурса. Обоснованность такого подхода опирается на функциональную конвенцию, заключаемую всеми членами сети, о предоставлении своей части общественного ресурса в распоряжение любого из членов сети на заранее оговоренных условиях.

Предоставляя для формирования корпоративного ресурса часть своего личного ресурса через договоренность о порядке его использования в случае необходимости, каждый член сети получает в собственное распоряжение на порядок больший объем корпоративного ресурса.

В числе основных типов ресурсных рычагов, доступных в рамках сетевых организаций, М.М. Чучкевич выделяет следующие:

1. Статусный рычаг. Вступая в сетевую организацию, ее участники фактически объединяют свой деловой статус (реноме, факт наличия престижных заказчиков, опыт звучных успешных проектов), что позволяет каждой фирме использовать «консолидированный» статус сети - более высокий, чем статус каждой конкретной организации. При этом «общесетевой корпоративный статус в применении к каждому участнику сети применим и легитимен в случаях, когда при вступлении в сеть оговариваются условия по внесению своей доли в консолидированный статус сети и механизмы использования консолидированного статуса сети». В результате, внося лишь небольшой посильный вклад в корпоративный статус сетевой организации, каждый из ее членов получает возможность преодолеть статус - рыночный барьер - через использование консолидированного статуса сети.

2. Информационный рычаг. Информационный рычаг построен по той же схеме, что и статусный. Каждый из членов сети декларирует свои основные информационные ресурсы и источники и определяет по согласованию с другими членами сети принципы их использования в общих целях сети или в интересах ее конкретных членов. В результате информационный потенциал каждого из небольших членов сетевой организации существенно повышается без значительных дополнительных затрат.

3. Коммуникационный рычаг. Коммуникационный рычаг состоит из двух базовых частей:

а) расширение коммуникационной инфраструктуры в техническом и географическом смысле этого слова.

б) расширение возможностей доступа, вступления в коммуникацию с теми или иными социальными акторами (что во многом смыкается со статусным рычагом).

4. Ресурсный рычаг. Этот рычаг предполагает объединение различных типов материальных ресурсов членов сети ради достижения совместной цели, например, формирование совместного исследовательского бюджета, проведение рекламной кампании, содержание представительств на стратегически важных территориях. Эффект экономии от масштаба позволяет даже небольшим фирмам

преодолеть материальный ресурсный барьер.

Социальная технология формирования сетевых организаций позволяет увеличить социальный капитал общества через механизм расширенного «производства доверия», обеспечиваемого за счет развития и укрепления сети неформальных контактов в максимально широких профессиональных, образовательных и культурных слоях общества. Накладываясь на новые технологические возможности интернета, облегчающие возможность формирования новых коммуникационных связей, средств коллективной работы и иные технологии knowledge management [27], они могут позволить существенно повысить эффективность механизмов общественной самоорганизации - того, что называется «гражданским обществом».

Распространение сетевой формы организации начинает играть все большую роль и в политике [28, 29]. Вопрос не только в техническом привнесении новых информационных технологий из бизнеса в государственное управление и некоммерческий сектор - но, прежде всего, в формировании и развитии культуры сетевого взаимодействия [30].

Таким образом, распространение новых информационно-коммуникативных технологий действительно стало доминирующим фактором, определяющим ускорение процессов социальной трансформации общества. Однако вектор этой трансформации лишь отчасти детерминирован, и в значительной степени зависит о целенаправленных усилий людей. Новые технологии создают лишь новые возможности, спектр которых постоянно расширяет поле выбора каждого отдельного человека.

Список литературы (References)

1. Трансформация экономических и социально-политических институтов в условиях перехода к информационному обществу [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rvles.ieie.nsc.ru:8101/parinov/arteml.htm>.
2. Виртуализация общества [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ml6.medport.ru/USSR/chapters/society.htm>.
3. Чучкевич М. Что такое сетевая организация? - М., 1999.
4. Чучкевич М. Управление сетевыми организациями. - М., 1999.
5. Сетевые организационно-управленческие формы - мода или необходимость? [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ptpu.ru/issues/6_00/12_6_00.htm.
6. Создание сетевых организационных структур [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ptpu.ru/issues/3_97/15_3_97.htm.
7. Виртуализация как возможный путь развития управления [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ptpu.ru/issues/5_99/19_5_99.htm.
8. Границы «безграничных» предприятий: перспективы сетевых организаций [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ptpu.ru/issues/1_97/17_1_97.htm.
9. Управление сетью как ключевая компетенция предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ptpu.ru/issues/3_00/18_3_00.htm.
10. Лебенстайн Х. Аллокативная эффективность в сравнении с «Х-эффективностью» // Теория фирмы.: Сб. тр. - СПб., 1995.
11. Social Capital in the Creation of Human Capital / James S. Coleman // American Journal of Sociology Supplement 94. - 1988. - P. 95-120.
12. Social Capital and Civil Society / Francis Fukuyama // The Institute of Public Policy George Mason University. - 1999. - October 1.
13. Социальный капитал и гражданское общество [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://scd.centro.ru/dover.zip>.
14. Грицаенко В. Социальный капитал и гражданское общество. - М., 2001.

15. *Чураков А.* Анализ социальных сетей // Социологические исследования. 2001. № 1. С. 109-121.
16. *Веселкин Е.* Понятие социальной сети в Британской социальной антропологии // Концепции зарубежной этнологии: Сб. тр. - М., 1976. С. 125-152.
17. Class and committees in a Norwegian parish islands / J. A. Barnes // London, Human relations. - 1954. - v.7. - P. 43-44.
18. *Бразевич Д.С.* Современный научный дискурс по проблеме инноваций: от технико-экономической парадигмы к социокультурной // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2014. № 4.
19. Community building: перспективный бизнес и гражданское общество [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://internet.ru/article/articles/2000/10/03/4214.html>.
20. Полторацкая Т.Б., Жилкина О.В. Информационные технологии и современный менеджмент компаний // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2013. № 3.
21. Конец виртуального сообщества? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.intellectualcapital.ru/iss3-1/icipinl-1.htm>.
22. *Чучкевич М.* Основы управления сетевыми организациями. - М., 1999.
23. Управление знаниями и информационные технологии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.osp.ru/os/2000/10/074.htm>.
24. *Сморгунов Л.* Сетевой подход к политике и управлению // Политические исследования. 2001. № 3.
25. Политика в глобальной сети [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://germany.org.ru/ru/library/internationale-politik/1999-08/article05.html>.
26. *Шадрин А.* Конструирование сетевой организации: информационно-коммуникативное обеспечение в исследовательских проектах и деятельности профессиональных сообществ // Вестник НАУФОР. 1999. № 11.
27. *Копылов Г.* Сеть как организационный принцип [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.isn.ru/econ/netorg.doc>.