

УДК 316.627

Свенцицкий А.Л., Марарица Л.В.

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

Роль личности в формировании социального капитала социальной сети¹

The Role of Personality in Building the Social Capital in a Social Network

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению нетворкинг-поведения личности в контексте формирования социального капитала социальной сети. Для исследования вопроса привлекаются концепции социальной и функциональной ролей личности, теория социального обмена, социально-сетевой анализ, в особенности поиск сетевых ролей в социальной структуре, феномен социального капитала. Проводится анализ литературы, посвященной связи личностных особенностей с положением человека в социальной сети и ее нетворкинг-поведением. Выдвигается гипотеза о том, что нетворкинг-стратегия личности основывается на ее ценностях и через определенное социальное поведение помогает личности влиять на социальную структуру в желаемом направлении, участвовать в формировании социального капитала. Этот конструкт позволяет рассматривать человека не только как социального агента, действующего в своих интересах, добивающегося своих целей, но и как участника процессов формирования социального капитала социальной сети.

Ключевые слова: социальный капитал, социальная сеть, нетворкинг, стратегия нетворкинга, управление социальным капиталом, сетевая роль

Abstract

The article discusses personality networking behavior as a mechanism of building the social capital in a social network. The concepts of social and functional roles, social exchange theory, social network analysis (network role discovery) and the phenomenon of social capital are included to explore the problem. Theoretical and empirical studies are brought together to explain the connections between an individual and his or her network position in a social structure, as well as his or her networking behavior. We assume that personal networking strategy relies on values and is actualized in a certain way of social behavior, thus helping to exert the individual's influence on his or her social capital build. This construct allows us to understand personality as both pursuing some personal goals and working on social capital formation of social network.

Keywords: social capital, social network, networking, networking strategy, social capital management, network role

Введение

Социальные науки рассматривают человека в контексте его включенности в сети социальных отношений и взаимодействия (Borgatti et al., 2009). В некоторых теоретических подходах человек рассматривается как

¹ Исследование поддержано грантом РГНФ № 17-06-00777

функция этих отношений и сетевых ролей (позиции в социальной сети), действующих под давлением социальной структуры (Burt, 2013). Так, согласно структурному подходу Р. Берта, рамки этой структуры определяют социальное сходство людей, задают восприятие обстоятельств и преимуществ альтернативных вариантов действия, ограничивая пространство возможностей человека. Ясно, что и человек, осуществляя действие, может менять социальную структуру. Продуктивность такого взгляда на человека подтверждается исследованиями в области социального капитала, которые позволили открыть силу «слабых связей» благодаря новому взгляду на человека (Granovetter, 1973). К сожалению, в социальной психологии крайне мало теоретически обоснованных исследований, которые рассматривают человека не в отдельности или в уже привычных типах отношений (диада, группа), а в сети. Большинство исследований проводится по поисковому эмпирическому плану, когда метрики сетевого положения сопоставляются с социально-психологическими и личностными характеристиками человека (лидерство, доминантность, карьерный капитал, склонность к суициду, психологическое благополучие и т.д.). Поэтому мы считаем важной задачей поиск релевантной модели для описания стратегии социального поведения человека, позволяющей объединить личность и ее социальное поведение в контексте социальной сети.

Социальная сеть, сетевой анализ и феномен социального капитала

Одной из проблем, активно рассматриваемых сейчас представителями общественных наук, является функционирование различных социальных сетей. При этом под социальной сетью понимается совокупность людей, взаимодействующих друг с другом посредством вербальных и / или невербальных форм коммуникации. Относится это и к виртуальным контактам. Такие связи образуются на основе различных по своей природе отношений между людьми (родственных, приятельских, профессиональных, организационных и др.).

Контакты между членами какой-либо сети могут быть как систематическими, так и сравнительно редкими. Границы социальных сетей не всегда можно четко определить, и нередко они выходят за пределы формальных организаций, объединений и структур. Социальная сеть в своей основе опирается именно на неформальные связи людей друг с другом. Формирование таких сетей может начинаться с поддержки друг друга одноклассниками или однокурсниками, знакомыми по прежней работе, даже малознакомыми людьми, заинтересованными во взаимных позитивных контактах. Единственным критерием принадлежности индивида к какой-либо сети являются его «вклады», соответствующие потребностям тех или иных участников данной сети. Участие человека в социальной сети можно рассматривать как процесс накопления и использования социального капитала на индивидуальном и надиндивидуальном уровнях (группа, организация, общество). Социальный капитал приносит человеку возможности в зависимости от структуры социальной сети / сетей, в которую он включен.

Социально-сетевой анализ (Social Network Analysis, SNA) – это эмпирическое междисциплинарное направление исследований, в котором разрабатываются инструменты для оценки структуры социальной сети, изучения ее динамики, ведутся работы по изучению социального поведения человека (Borgatti et al., 2009). Процедуры и методы анализа социальных сетей отличаются многообразием. Сюда входят: (а) идентификация и установление сетей; (б) оценка организационной иерархии по сравнению с данными сетевого анализа; (в) определение различных компонентов сети; (г) анализ индивидуального и группового коммуникационного поведения (Hoag, Cooper, 2006).

Западные исследователи обычно выделяют три следующих параметра социальной сети: ее величина, крепость взаимоотношений и плотность (Goldhaber, Barnett, 1995). Величина сети, называемая также цепью, это число

людей, взаимодействующих друг с другом и связанных активными коммуникациями. Чем многочисленнее цепь, тем разнообразнее установки и действия входящих в нее людей, что повышает уровень взаимных требований к такому членству и необходимость согласия с ними. При этом место индивида в сети измеряется числом людей, с которыми он взаимодействует и обменивается информацией. Считается, что наилучшие взаимоотношения между участниками сети устанавливаются именно тогда, когда каждый из них снабжает другого информацией полностью, насколько это возможно, совсем не ожидая получения чего-либо взамен. Это называется «социальным инвестированием» – бескорыстным информированием, укрепляющим взаимоотношения (Goldhaber, Barnett, 1995).

Плотность сети – это степень, в которой ее участники знают друг друга и имеют представление о том, как эта сеть «устроена или взаимосвязана». Плотность сети способствует коммуникации, доверию и взаимной социальной поддержке составляющих ее индивидов, укрепляет их установки и взаимопонимание. С позиции организационной психологии особая ценность социальных сетей заключается в том, что они оказывают позитивное влияние на организационную идентичность. Восприятие идентичности, или принадлежность к организации ее членов, является существенным фактором для успеха многих организаций в различных сферах деятельности. Так, по американским данным, идентификация сотрудника с организацией позитивно связана с удовлетворенностью работой и данной организацией, преданностью ей, привязанностью к профессии и своей рабочей группе; при этом она негативно связана с намерением работника покинуть свою организацию (Jones, Volve, 2011). Именно в области организационной психологии началось исследование «нетворкинг-поведения» человека, оценена его важность для задач менеджмента, осознана роль неформальных контактов за формальными границами организации. Нетворкинг-поведение стало рассматриваться как нормативное поведение

менеджера, важное для достижения как личных целей, так и бизнес-целей организации.

В сетевом анализе исследуются не только сеть и ее свойства, но и человек как элемент сети. Обычно он рассматривается через совокупность метрик, описывающих его положение в социальной сети, или через «сетевую роль». Сетевая роль – это особый паттерн поведения человека, который выделяется по результатам эмпирического исследования и анализа позиций людей в социальной сети или в различных социальных сетях (Rossi, Ahmed, 2015). В сетевом анализе сетевая роль рассматривается как социальная роль личности, несмотря на серьезный разрыв между теоретическим концептом и эмпирическим способом обнаружения «роли». Социальные роли были описаны социологами Т. Парсонсом и Р. Мертоном и определялись через функцию, которую играет человек в обществе (основа роли – социальный статус человека). С 70-х годов социальная роль стала предметом социально- сетевого анализа и выделяется на основе феномена «структурной эквивалентности» или «структурного сходства» (в более мягком варианте): ситуации, когда два элемента сети связаны с остальной сетью идентичным или сходным образом (Lorrain, White, 1971). На основе этого феномена в сетевом анализе обрабатываются графы не только социальных сетей, но и другой природы для различных областей знания. Для определения роли могут использоваться и дополнительные характеристики, не имеющие отношения к сетевым: такой подход называется «feature-based» (основанный на особенностях), он может стать дополнением к описанию роли человека только через его положение в социальной сети (Rossi, Ahmed, 2015). Стоит учесть, что в социально-сетевом анализе связь понимается очень свободно и может строиться на совершенно разных основаниях. При таком подходе сетевая роль становится скорее способом анализировать граф, чем концептуально определенным феноменом.

Интерес к структуре социальных отношений объединяет социально-сетевой анализ с теорией социального обмена, в которой отношения людей анализируются строже. В сетевом анализе допустимо рассмотрение отношений людей на основе любого произвольного основания, например, только на основе коммуникативной связи, теория обмена всегда дополняет картину распределением ценных ресурсов, возможностями и инфраструктурой обмена, при этом процессы обмена могут быть взаимозависимы, а люди – связаны отношениями власти. Синтез сетевого анализа и теории социального обмена не только возможен, но и позволяет улучшать качество исследований социально-сетевых отношений (Cook, Whitmeyer, 1992). Важным и эвристичным элементом теории обмена является представление о прямых (между двумя людьми) и непрямых обменах (с участием третьей стороны и механизмов, поддерживающих сплоченность и координацию в группе). Если необходимые для поддержания существования группы не прямые обмены в теории социального обмена поддерживаются социальными ценностями и нормами, групповым давлением, то в сетевом анализе сплоченность и сходство поведения членов группы можно рассматривать как следствие структурной эквивалентности: они ведут себя одинаково, потому что имеют одинаковые отношения с некой третьей реальностью в социальной структуре (Mizruchi, 1990).

Феномен социального капитала – ресурса, снижающего транзакционные издержки, фасилитирующего общее действие и обмен информацией, позволяет исследовать человека как элемент социальной сети методами сетевого анализа, но при этом опирается на понятие норм и описывает отношения людей снова в терминах обмена ресурсами и института взаимных обязательств и доверия (Почебут и др., 2014). Вслед за социологами, исследовавшими социальный капитал общества, социальные психологи обратили внимание на возможности этого конструкта для описания межиндивидуальных отношений и отношений личности и группы

(Татарко, 2013, Почебут и др., 2014). Согласно П. Бурдьё социальный капитал – это совокупность реальных или потенциальных ресурсов, которые возникают у человека или группы, благодаря обладанию сетью более или менее институализированных отношений обоюдного знакомства и признания (Bourdieu, Wacquant, 1992). Количество знакомств и объем ресурсов, которые человек может мобилизовать посредством этих знакомств, определяет объем его социального капитала.

Если для П. Бурдьё социальный капитал помогает объяснить привилегированность определенных групп, то Д. Коулман видел главный потенциал этого конструкта в том, чтобы объяснить готовность людей кооперировать даже тогда, когда это может противоречить их тактическим личным интересам. Социальный капитал – критически важное общественное благо для всех элементов социальной структуры. Являясь преимуществом человека или группы, социальный капитал построен на социальных ресурсах социальной структуры и не может использоваться человеком вне этой структуры. Люди приумножают его, создают как побочный продукт своей деятельности (Coleman, 1990).

Р. Патнам считал социальный капитал свойством социальной структуры, которое связано с эффективностью общества в целом (Putnam et al., 1994). Социальный капитал способствует объединению действий людей. Он укрепляет нормы взаимности, облегчает передачу информации, способствует передаче данных о репутации, играет роль модели для отношений в будущем. Таким образом, в качестве трех главных составляющих социального капитала Патнам указывает: (1) – сети взаимоотношений, (2) – нормы и (3) – доверие. Он предложил разграничивать два вида капитала: «соединяющий» (bridging) и «скрепляющий» (bonding). Первый соединяет людей из разных сообществ и групп, второй – для укрепления связей внутри сообщества, поддержания его однородности. Каждая из этих форм служит, как считает Патнам,

удовлетворению различных потребностей: первый – укреплению групповой идентичности, солидарности и лояльности, второй – для распространения идентичности и создания круга более широкой взаимности.

Важно отметить, что положение индивида в социальной сети можно рассматривать через два типа укоризненности: «реляционную» и «структурную» (Portes, 1998). Реляционная укоризненность – это взаимные ожидания двух людей относительно друг друга (межличностный план), связанные с возможностью применения санкций. Структурная укоризненность определяется включенностью обоих участников в социальную сеть, и остальные члены сообщества могут применять санкции к ним в случае нарушения социальных норм. Это «принудительное» доверие, основанное на ожидании санкций, нормы могут интернализироваться, а идентификация с группой может мотивировать к сотрудничеству и взаимопомощи.

Идеи о том, что разные типы социального капитала позволяют человеку реализовывать разные потребности, прослеживается и в других работах (Kadushin, 2002; Sutcliffe et al., 2012). Так, Ч. Кадушин высказывает идею, что социальная сеть складывается под действием двух основных мотивов человека: (1) – стремлением к безопасности, которое обеспечивается сильными связями, связями внутри сообщества или группы; (2) – стремлением к эффективности и компетентности, которое обеспечивается слабыми связями, мостами через «структурные щели», разделяющие представителей разных сообществ (Kadushin, 2002). Причем, стоит отметить, что оба типа связей необходимы для благополучной жизни, успешной конкуренции с другими людьми, в первую очередь с теми, кто занимает структурно эквивалентную позицию, играет ту же социально-сетевую роль. В работе А. Сатклиффа и коллег предлагается еще более смелая идея – идея «слоистой» структуры социального окружения, в которой каждый из слоев выполняет свою функцию, помогает реализовывать специфические

потребности: от безопасности и защиты до обмена информацией. Несмотря на то, что авторы выделяют 4-5 слоев (в разных работах), нельзя сказать, что функция каждого из них точно описана, хотя попытки обнаружить слои эмпирически ведутся очень активно (Mac Carron et al., 2016).

Таким образом, анализ социального поведения человека на социологическом уровне позволяет выдвинуть ряд утверждений, которые необходимо принять во внимание при разработке теоретических оснований модели, описывающей стратегию социального поведения человека:

- положение человека в социальной сети является одновременно производным от его потребностей и мотивации и от его положения в социальной структуре;
- поведение человека в социальной сети тесно связано с понятием сетевой роли, которая выделяется на основе феномена структурной эквивалентности (и сходства), и в определенной степени может считаться его социальной ролью, совпадение таких ролей может стать основанием для конкуренции;
- корректное выделение и описание социально-сетевой роли с целью прогноза поведения человека требует внимательного отношения к тому, на каком основании выделены связи между людьми в социальной сети, учета процессов социального обмена и, возможно, ключевых личностных особенностей;
- феномен социального капитала показывает самостоятельную ценность сети контактов для человека, важность структуры и особенностей этой сети с точки зрения возможностей, которые она открывает и ограничений, которые накладывает;
- человек одновременно участвует не только в процессах прямого социального обмена ресурсами с другими людьми, не только реляционно укоренен в социальную сеть, но и в непрямых обменах,

испытывая структурное и нормативное давление общности, в которую он включен, зависит от нее.

Нетворкинг и формирование социального капитала

Известно, что любая социальная система, созданная людьми для осуществления каких-либо официальных целей, представляет собой определенную совокупность формальных и неформальных связей между ее членами. Использование неформальных связей, направленное на удовлетворение потребностей личности, начиная с 1990-х гг. называют «нетворкингом». Он определяется как «искусство создания, развития и поддержание возможностей встречаться с новыми людьми, чтобы обмениваться информацией и помогать друг другу» (Ricketta, 2005, с. 180). Неформальные сети коммуникаций складываются на основе общих интересов, задач, трудовых операций, знаний и других обстоятельств, побуждающих людей работать вместе. Нетворкинг приобретает все большее значение для индивидуальной успешности человека в организации, помогая ему установить необходимые рабочие контакты и способствуя расширению его кругозора, профессиональному развитию, а в итоге и повышению эффективности.

Именно в организационной психологии появились первые определения и попытки операционализировать нетворкинг-поведение человека. Так как деятельность менеджера в организации может быть рассмотрена и лучше понята, исходя из нетворкинга. Любой менеджер включен не только в систему соответствующих его рангу вертикальных и горизонтальных коммуникаций, но и часто тратит значительное время на контакты вне своей организации с такими людьми как заказчики, клиенты, снабженцы, субподрядчики, правительственные чиновники, агенты, менеджеры в других организациях и влиятельные персоны в обществе. Обнаружено, что сети взаимоотношений менеджеров высшего управленческого уровня часто

состоят из сотен людей внутри и вне своих организаций (Nuczynski, Buchanan, 1991). Большая сфера этих горизонтальных и внешних взаимодействий объясняется исходя из потребности менеджеров в информации о сложных и неопределенных ситуациях, которые могут влиять на работу их организационных подразделений. Иначе говоря, успешность менеджера обычно зависит от сотрудничества со многими людьми и их помощи, хотя эти люди и не входят непосредственным образом в конкретную официальную структуру, членом которой является данный менеджер. Он может использовать различные компоненты своей сети для различных целей и расширять сферу соответствующих контактов по мере необходимости.

В современных организациях уделяется первоочередное внимание способности сотрудника оказывать влияние на партнеров и достигать поставленных целей. Властная позиция официального руководителя, основанная на возможностях вознаграждения или наказания, уступает место позиции личностного влияния, основанного на экспертизности и референтности (т.е. неформальной значимости для другого человека по тем или иным причинам). Именно поэтому сейчас пирамидальные организационные структуры, включающие в себя сравнительно много управленческих уровней, сменяются на плоские, гораздо более децентрализованные. Современную децентрализацию в организациях называют горизонтальной, потому что в таких структурах характерна большая власть аналитиков и вспомогательных специалистов. Возрастание экономической важности такой коллегиальной модели придает особую значимость нетворкингу в организациях. Примерами эффективного нетворкинга могут быть команды специалистов, создаваемые на неформальной основе.

Личная неформальная сеть знакомств может формироваться всевозможными путями, такими как: (1) разговоры с другими людьми до, в течение и после различных заседаний, церемоний и мероприятий; (2) работа

в специальных комиссиях и группах с общими профессиональными интересами; (3) участие в гражданских организациях, консультативных советах и социальных клубах; (4) присутствие на семинарах, торговых выставках и встречи в профессиональных ассоциациях. Процесс нетворкинга рассматривается как необходимое и постоянное проявление активности менеджеров (Kotter, 1982).

В настоящее время с полным основанием можно говорить о существовании так называемых сетевых организаций, характеризующихся отсутствием однонаправленных директивных взаимосвязей и наличием сложного сочетания взаимоотношений, позволяющих прямые, быстрые и гибкие коммуникации. Границы таких сетевых организаций становятся неопределенными. Менеджеры, включенные во внешние организационные сети, связаны с заказчиками, снабженцами, входят также в сети, объединяющие профессионалов, и даже в сети других (порой даже конкурирующих) компаний. Конечно, менеджеры включены и в свои личные непрофессиональные сети.

Традиционные границы организаций пересекаются различными сетями, что дает возможность более гибкой и интенсивной межорганизационной кооперации. Сетевая организация в отличие от обычной, более формализованной, предполагает иные более свободные связи между всеми участниками. Люди все свободнее переходят от одной социальной роли к другой. Однако это не исключает элементов самоорганизации, самоконтроля и определенных обязательств, взятых на себя членами сетевых организаций.

Интерес исследователей и практиков к сетевым структурам и социальным сетям связан с тем, что мобильность людей и доступность общения за счет интернет-технологий повышает значимость нетворкингового поведения не только в контексте эффективного поведения сотрудника организации, но и личное благополучие и успех зависят от этого же навыка

все больше. Некоторые люди заметно способствуют деятельности всей своей сети и обеспечивают интеграцию ее задач (Jukl, 2006).

В связи с различными функциями нетворкинга заметим, что отдельные члены той или иной сравнительно устойчивой социальной сети могут выполнять различные социальные роли. Так, английские исследователи организационного поведения выделяют роль «привратника», который является своеобразным сторожем у входа в сеть. Это человек, который является здесь влиятельным и пользуется всеобщим доверием, уделяя много времени контактам как вне данной сети, так и внутри нее. Он встречается с другими людьми, которые желают вступить в эту сеть или внести какой-либо вклад. Именно такой «привратник» оценивает достоинства «претендента», возможность его включения в сеть. Если «привратник» выступает как поручитель, то знакомит новичка со старшими по своему статусу членами сети. Знание возможностей какого-либо индивида внести достаточный вклад в функционирование определенной социальной сети обеспечивает ему членство в ней. При этом он должен понимать, что каждая сеть имеет свой собственный порядок действий, нарушение которого может играть деструктивную для нее роль (Buelens et al., 2006).

Заслуживает отдельного внимания концепция «структурных щелей», автором которой является американский социолог Р. Берт. В соответствии с его подходом, те люди, которые находятся на краях различных сетей, могут выполнять роль их «соединителей». Таким образом, две отдельные сети, не связанные между собой, тем не менее, бывают соединены каким-либо членом одной из них, выступающим здесь в качестве посредника, «моста» (Burt, 1992). Это обстоятельство обеспечивает дополнительное преимущество членам каждой из данных сетей, обогащая их соответствующей информацией и способствуя порождению новых идей.

Концепция структурных щелей указывает на то, что некоторое определенное сходство между членами одной и той же сети неизбежно,

однако такое сходство должно иметь свои пределы. По этому поводу делается следующее заключение: «Если люди стараются при формировании своих сетей включать туда только тех, кто в основном похож на них, то вряд ли они научатся чему-либо новому... Если же люди будут заниматься нетворкингом, включая в свои сети совершенно разных, ни в чем не похожих друг на друга людей, они несомненно станут учиться таким новым вещам, которые прежде им были неведомы. В быстро меняющемся мире сила связей с необычными людьми или организациями будет исключительно значимой» (Масионис, 2004, с. 68).

Роли привратника и моста (социального информационного «брокера»), описанные социологами – это пример, когда позиция в социальной структуре действительно связана с функцией, которую человек, занимающий эту позицию, способен выполнять. Во многих исследованиях с применением сетевого анализа задача определения роли решается более формально, так что специфика социальных отношений людей выносится за скобки (Rossi, Ahmed, 2015): роли определяются как повторяющийся паттерн связей в социальной сети. Среди таких важных структурных позиций выделяют центральную позицию в локальной сети – человека, который соединяет сообщество / группу, являясь ее коммуникативным центром («central connector»), тех, кто соединяет локальные по отношению к сети в целом группы и сообщества («boundary-spanners»).

С точки зрения определения ролей, связанных с паттерном социального поведения, необходимо учитывать направление связей. Например, если исследуются роли с точки зрения передачи информации в социальной сети, то необходимо включать в анализ направление информационного потока и принадлежность актора социальной сети к тому или иному сообществу (González-Bailón, 2014). Подобные отношения учитываются, если анализируются специфические связи, уже содержащие подобную информацию. Например, в области исследования распространения знаний на

основе сети научного цитирования выделены следующие роли: «источник», «авторитет», «пчела», «хаб» и «новичок», они отличаются друг от друга по паттерну цитирования других работ и по тому, как цитируют их, выполняя разные функции в трансляции знаний (Zhuge, 2006).

Еще одним способом учета динамики и характера отношений является подход, распространенный в области исследований организаций: в этом случае исследуются не зафиксированные коммуникации между людьми, а их коллективные «реконструкции» (Cross et al., 2002; Krackhardt, Hanson, 1993). Это направление напоминает классическую социометрию Я. Морено в том смысле, что сотрудников организации просят назвать тех людей, которые оказываются полезны с определенной точки зрения, например, как эксперты или те, кто помогают решать проблемы или готовы уделить время, а иногда роль определяется как пересечение этих функциональных отношений (de Toni, Nonino, 2010). Социальные сети, реконструированные на основе восприятия людей, оказываются точнее в определении ключевых с точки зрения социального капитала отношений в социальной сети (Kwon, Adler, 2014).

Важно отметить, что подход к определению социальной роли и ее операционализации оказывается сильно связанным с тем, исходя из какого подхода производится исследование. Социальные роли исследуются в рамках трех подходов: структурный, символический интеракционизм и ресурсный (Nyström et al., 2014). Структурный подход к ролям мы описывали выше: он предполагает, что позиция человека в сети полностью задает его роль и поведение, в то время как он просто «занимает» эту позицию. В рамках символического интеракционизма роль – это динамический и процессуальный аспект позиции, который больше относится к тому, что человек намерен сделать, вхождение в роль предшествует занятию позиции в социальной структуре. Ресурсный подход рассматривает роль как путь или доступ к ресурсам, роль – это продукт интерпретации ситуации, а потому

люди активно конструируют свою социальную среду. Роль является ресурсом по двум причинам: (1) это способ получить членство, средство утверждения себя в сообществе; (2) она дает доступ к социальному, культурному и материальному капиталу, которые человек может использовать в своих интересах. С этой точки зрения роль может использоваться и для создания новой позиции в социальной сети. Роли рассматриваются как инструмент контроля за ресурсами и создания социальной структуры: роль, скорее, дает возможность влиять на структуру сети отношений, чем предписывает действия (Callero, 1994). Это позволяет рассматривать нетворкинг-поведение как активное, позволяющее человеку не только участвовать в процессах обмена ресурсами благодаря своей позиции в социальной структуре, но и «настраивать» эти процессы согласно тому, чего он хочет, как видит свое будущее (Kwon, Adler, 2014). К сожалению, влияние личностных особенностей на формирование социального капитала социальной сети исследовано мало, до сих пор неясно, какие особенности человека определяют динамику социальной структуры.

Нетворкинг способствует не только повышению эффективности официальных организаций в современных условиях, но и накоплению социального капитала личности как члена тех или иных социальных сетей. Это членство предоставляет личности доступ к различным видам ресурсов партнеров и, с другой стороны, дает возможность партнерам пользоваться ее ресурсами. Иначе говоря, будучи членом какой-либо социальной сети, индивид может вступать в контакт и с тем, кто ему первоначально незнаком. Такой контакт нередко оказывается плодотворным, если ведет к взаимному удовлетворению насущных потребностей этих людей, их социальному обогащению. Об этом свидетельствуют работы и классиков изучения социального капитала (П. Бурдье, Р. Патнем, Дж. Коулман), и современных западных социологов (Mc Kenna, 2003, Field, 2008), и отечественных исследователей (Почебут и др., 2014).

Индивидуально-психологические особенности личности и нетворкинг

Известно, что индивидуально-психологические особенности личности находят свое отражение в различных проявлениях ее деятельности. Относится это и к нетворкингу. Данная проблематика привлекает внимание исследователей в разных странах (Штомпка, 2012).

Большое внимание уделяется позиции, занимаемой индивидом в социальной сети, особенно выполнению роли посредника, моста между людьми, которые не находятся в прямом контакте между собой. В одном из первых исследований данной проблематики было обнаружено, что занятие посреднических позиций в социальных сетях связывалось, прежде всего, с предприимчивой, авторитарной личностью (Landis, 2016). Однако остается открытым вопрос о том, связано ли это обстоятельство с экстраверсией или какими-либо другими личностными чертами.

В ряде других исследований обнаружено, что люди демонстрируют определенное постоянство в типах социальных сетей, которые они создают в самых различных ситуациях. Например, если тот или иной человек создавал сеть со многими структурными щелями в одном случае, то он в других случаях создавал сеть также со многими структурными щелями (Burt et al., 1998). Точные личностные переменные и здесь остаются под вопросом. Высказывается лишь предположение о том, что одной из них является самоконтроль (Burt, 2012).

Имеющиеся данные показывают, что высокий уровень самоконтроля приводит к более высокой продуктивности в таких случаях, когда рабочая роль требует посреднического поведения. Это относится как к формальным, так и неформальным сетям. Дружеские сети на работе при наличии высокого уровня самоконтроля характеризуются эффективным увеличением числа структурных щелей (или возможностей для переговоров) по сравнению с сетями, имеющими низкий уровень самоконтроля. Таким образом, высокий

самоконтроль способствует созданию новых возможностей для переговоров в дополнительное время.

Исследования Й. Кэлиша и Д. Робинза, обнаружили важные данные о роли ценностей, убеждений и личностных черт индивидов в социальных сетях (Kalish, Robins, 2006). Итак, люди с экстернальным локусом контроля проявляли тенденцию находиться в закрытых сетях с множеством слабых связей. Люди с интернальным локусом контроля демонстрировали сопротивление подобной закрытости и имели много крепких связей с людьми, не находящимися в контакте друг с другом. Наконец, экстравертированные индивиды и те, кто считал свои социальные группы важными, проявляли тенденцию свести вместе своих друзей.

Обнаружено также, что посредничество способствует взаимодействию людей, принадлежащих к различным социальным группам, а становление посредничества связано с желанием индивида иметь новый оригинальный опыт. Отсюда стремление к формированию более разнообразных сетей, исходя из контактов включенных в эти сети людей, которые заняты в различных функциональных областях ряда компаний.

Очевидно, что социальные сети имеют разную величину (численность участников). Однако существуют заметные различия между людьми, исходя из количества социальных связей, которыми обладает тот или иной индивид. При этом люди с большим числом контактов в сети, рассматриваются как центральные ее члены, а те, кто имеет немного контактов, считаются периферическими.

Мерой центральности в социальной сети является обычно простой подсчет числа контактов в этой сети. Далее этот показатель можно подразделить на два компонента. Один – это число контактов, направленных на получение чего-либо от других людей (out-degree), второй – это число контактов, вызванных направленностью со стороны других людей также с целью получения чего-либо от данного индивида (in-degree). Сети могут

быть симметричными, когда оба индивида претендуют на контакты друг с другом (например, будучи друзьями), или асимметричными в тех случаях, когда существуют лишь односторонние связи. Такое часто встречается в инструментальных сетях, где односторонние связи являются важными для поддержки функционирования организации (например, при обращении за советами).

Одно из важных положений при изучении сетевой центральности заключается в том, что эта позиция требует определенных затрат времени и энергии. Поэтому индивиды, предрасположенные к получению чего-либо от других, отличаются социабельностью (т.е. являются экстравертами) и могут естественным образом приобретать друзей, благодаря легкости участия в социальном взаимодействии. Данные исследований говорят о том, что для экстравертов характерна тенденция занимать центральные позиции в сети. Экстраверсия также связана со склонностью соединять других людей, что, в свою очередь, влияет на величину сети (Landis, 2016).

Одной из фундаментальных проблем исследований социальных сетей является сила связей между их членами. Эта сила определяется величиной затраченного времени, эмоциональной близостью, обоюдными решениями и взаимностью (Granovetter, 1973). По имеющимся данным, наиболее значимым является показатель зависимости силы связей от эмоциональной близости.

Говоря о сетевых феноменах, рассмотренных нами, отметим незначительное количество исследований, направленных на изучение особенностей личности и силы связей. В одной из имеющихся работ внимание фокусируется на том, как поведение людей видоизменяется в разное время и в различных ситуациях межличностного взаимодействия. Эта вариабельность, называемая «вращением» (spin), понимается как степень, в какой люди проявляют одно и то же (или разное) поведение в различных ситуациях. Например, индивид с сильным «вращением», вероятно, будет

доминантным в одной ситуации, склонным к согласию в другой, и не особенно доминантным или склонным к согласию в третьей ситуации. Индивид со слабым «вращением», вероятно, будет склонным к согласию во всех трех ситуациях.

Люди предпочитают классифицировать других, исходя из предсказуемости их поведения. Решая, как реагировать на тех, кто ведет себя по-разному в различных ситуациях, человек испытывает определенные сомнения, так что индивиды с сильным «вращением» (т.е. значительной вариабельностью поведения по времени и ситуациям), скорее всего, должны иметь слабые связи, особенно на своей работе. Отмечается также, что коллеги людей с сильным «вращением» проявляли мало склонности к взаимодействию с ними и удовлетворенности таким взаимодействием. Порой коллеги избегали даже тех лиц с сильным «вращением», с которыми они были хорошо знакомы (Landis, 2016).

Экстраверсия и общительность также оказались взаимосвязаны с силой связи и частотой взаимодействия индивида с другими (Asendopt, Wilpers, 1998). Более общительные экстраверты проявляли тенденцию взаимодействовать со своими коллегами чаще и даже создавать бóльшие по своей величине сети как результат этих взаимодействий. Интересно однако, что эти экстраверты не всегда становились эмоционально ближе к участникам своих сетевых контактов по сравнению с интровертированными коллегами.

Отдельно стоит описать подход П. Тоттерделла и коллег (Totterdell et al., 2008). Вместо того, чтобы исследовать связь личностных качеств и нетворкинг-поведения, они предложили рассматривать склонность устанавливать и поддерживать отношения с другими людьми как устойчивую особенность личности, которая проявляет себя во всех контекстах общения на протяжении жизни. Авторы дифференцируют склонность к трем типам таких отношений: дружеским, знакомствам и

объединению разных людей, сообществ. Подобная концепция решает вопрос личностных особенностей за счет их встраивания в структуру установок личности.

Несмотря на большой объем эмпирических данных в этой области исследований – исследования связи личностных особенностей с нетворкинг-поведением и формированием социального капитала проводятся, в основном, по поисковому плану. Исследуются, в основном, те характеристики личности, которые влияют на качество и интенсивность коммуникации, но не определяют структуру отношений личности с другими людьми.

В области социальной психологии проблема распределения ресурсов в социальной структуре изучалась в области исследования социальных дилемм. В рамках этого направления люди рассматриваются как носители одновременно двух направленностей: эгоцентрической и просоциальной. Первая предполагает стремление выиграть, получить большее количество общих ресурсов или сохранить свои в своем распоряжении, вторая предполагает действие в интересах общего блага таким образом, чтобы в стратегической перспективе количество ресурсов и благ, доступных сообществу, сохранялось или приумножалось. В исследованиях Э. Фера показывается роль альтруистического наказания и разных его подвидов (альтруистического поощрения и альтруистической компенсации) для формирования и поддержания норм, охраняющих общее благо, а также связь ценностей личности со склонностью демонстрировать подобное поведение (Казанцева, 2016). Это означает, говоря языком теории социального обмена, что часть персональных ресурсов человек готов тратить на «непрямые обмены», на поддержание сообщества и его функционирование в интересах социальной сети. Поэтому просоциальность-эгоцентричность одна из самых важных характеристик личности, именно она должна быть связана с формированием социального капитала на всех уровнях.

Если рассматривать сетевую роль, которую играет просоциально-ориентированная личность, то необходимо описать результаты одного из самых интересных, на наш взгляд, исследований, а именно влияния направленности личности на динамику связей в социальной сети, проведенного Д. Меламедом и его коллегами (Melamed et al., 2017). Это лабораторный эксперимент, в котором участники объединялись в группы (только просоциальные, только эгоцентрические и смешанные) и играли в повторяющуюся игру – дилемму узника. Результаты показали, что социальная сеть с просоциальными участниками быстрее развивалась и состояла из более стабильных связей, кроме того, просоциальные участники исследования получали большее вознаграждение. К сожалению, функциональная роль эгоцентрически ориентированных участников не стала предметом этого исследования, но оно ясно показывает, что направленность личности может оказывать влияние на социальную структуру социальной сети. По всей видимости, нетворкинг-поведение просоциально-ориентированных людей способствует накоплению социального капитала социальной сети. Социальный капитал личности обусловлен количеством социальных сетей, в которые она включена, с другой стороны, сама личность вносит вклад в социальный капитал социальной сети.

Отдельные члены той или иной социальной сети могут выполнять в ней разные социальные роли. Типологии ролей строятся исходя из того, какого рода деятельность или тип отношений исследуются. Хорошо описаны социальные роли с точки зрения передачи информации, создания и распространения знаний, а также выделены ключевые структурные позиции в социальных сетях, где связи отражают коммуникации участников. Несмотря на это, в социальной сети как носителе социального капитала должны существовать социальные роли, отражающие участие людей в процессах накопления и использования социального капитала. Человек, включенный в социальную сеть, с одной стороны, постоянно обменивается

ресурсами с другими людьми, эксплуатируя социальный капитал отношений в сети, с другой стороны, он участвует в его накоплении, инвестируя часть своих ресурсов в поддержку функционирования всей социальной сети в целом. Более того, он может получать косвенные выигрыши в виде репутации, хорошего самочувствия, положительной самооценки и новых возможностей, будучи участником социальных процессов, обеспечивающих формирование социального капитала (Казанцева, 2016; Melamed et al., 2017).

Необходимо выделить социальные роли, которые описывают человека в контексте его участия в формировании социального капитала социальной сети. Открытые в классических исследованиях социологов структурные социальные роли не описывают динамику отношений в социальной сети, фиксируя только укорененные в позиции участника возможности. Нельзя считать, что социальная роль в контексте формирования социального капитала сети исчерпывается только характеристиками позиции человека в ней. Современные подходы к «открытию социально-сетевых ролей» предполагают включенность релевантных особенностей участников сети в анализ, учет динамики отношений и обменных процессов в сети, наряду с пониманием того, что сеть может реконструироваться из видения отношений ее участников (González-Bailón et al., 2014; Kwon, Adler, 2014; Rossi, Ahmed, 2015).

Результаты аналитического обзора позволяют нам обосновать дескриптивную модель нетворкинг-стратегий личности (Почебут и др., 2014). Мы полагаем, что при поиске личностного основания социальной роли человека в социальной сети с точки зрения его участия в процессах формирования социального капитала, стоит учитывать и просоциальную, и эгоцентрическую направленность личности, с одной стороны, вместе с ее готовностью участвовать в накоплении и использовании социального капитала. Просоциальная и эгоцентрическая направленность личности определяет ее отношение к «общему благу», а значит к приумножению

социального капитала социальной сети. Также эта направленность определяет «оптимальный баланс» обменных отношений между людьми, что можно рассматривать как использование ими социального капитала.

Таким образом, человек описывается профилем из четырех нетворкинг-стратегий: (1) – просоциальной и ориентированной на накопление социального капитала («альтруистическое инвестирование»), (2) – эгоцентрической и ориентированной также на его накопление («персональное продвижение»), (3) – просоциальной, ориентированной на использование социального капитала («надежного партнерства») и (4) – эгоцентрической, ориентированной также на его использование («межличностного прагматизма»). Стоит отдельно отметить, что человек описывается именно профилем стратегий, а не одной. Во-первых, потому что все перечисленные основания дополняют друг друга, а во-вторых, потому что он не может быть свободен от участия в разных сторонах социальной жизни сообщества. Эти нетворкинг-стратегии являются личностным основанием социальной роли, связанной с формированием социального капитала социальной сети. В то время как сами социальные роли со стороны их содержания еще не описаны и не исследованы.

Проведенное нами исследование (совместно с Л.Г. Почебут и Т.В. Казанцевой) показывает влияние стратегии альтруистического инвестирования на социальный капитал группы: эта стратегия оказалась связана с готовностью человека инвестировать свои ресурсы в становление позитивных групповых норм, в формирование социального капитала (Марарица и др., 2018). Вместе с проанализированными нами работами это указывает на принципиальную возможность связи подобных свойств личности с динамикой и структурой отношений в социальной сети. Социальную роль других стратегий нетворкинг-поведения еще предстоит исследовать.

Выводы

1. Человек участвует в социальной жизни не только обмениваясь с другими теми или иными ресурсами, но и инвестируя часть своих усилий в общее благо, поддерживая функционирование групп, сообществ и общества в целом. Просоциальная и эгоцентрическая направленность личности может рассматриваться как основа для описания нетворкинг-поведения личности в контексте ее влияния на формирование социального капитала. Исследования указывают на влияние этой характеристики на динамику социальной структуры социальной сети, на то, какие отношения складываются между людьми. Просоциальная направленность может проявляться как в том, как человек выстраивает свои отношения в повседневном межличностном взаимодействии, так и в том, при каких условиях он готов инвестировать в общее благо, участвовать в процессах накопления социального капитала сообщества, например, поддерживая позитивные групповые нормы или пользуясь своим положением социального брокера. Таким образом, нетворкинг-стратегия личности определяется ее просоциально-эгоцентрической направленностью и готовностью участвовать в процессах накопления и использования социального капитала социальной сети.
2. Связи личностных особенностей с сетевыми ролями, положением в социальной структуре могут рассматриваться как обоснование возможности разработки конструкта, позволяющего рассмотреть человека системно: как личность со своими особенностями и стремлениями и как агента социальной сети, вынужденного учитывать социальную структуру, реализующего свою сетевую роль. Валидность подобного конструкта подтверждается воспроизводимостью характеристик социальной сети одного и того же человека в разных случаях, в разных сетях. Нетворкинг-поведение (а точнее, профиль

нетворкинг-стратегий личности) одновременно представляет собой характеристику личности и ее сетевую социальную роль в формировании социального капитала. Это означает, что нетворкинг-стратегия должна быть связана с определенными структурными и динамическими эффектами и характеристиками социальной сети.

3. На данный момент существует ряд эмпирических исследований, позволяющих показать связь личностных особенностей с нетворкинг-поведением, положением личности в социальной структуре социальной сети. Ясно, что просоциальная ориентация личности позволяет ей способствовать формированию более плотной, устойчивой и обширной социальной сети вокруг себя, показано, что альтруистическое инвестирование (просоциальная нетворкинг-стратегия, нацеленная на накопление социального капитала) связана с готовностью человека участвовать в формировании позитивных, способствующих сотрудничеству групповых норм. В то время как эгоцентрическая направленность сопряжена с формированием хрупких связей. Связь нетворкинг-поведения личности, ее стратегии с сетевой ролью, ее вкладом в процессы формирования социального капитала еще только начинает исследоваться, но открытие подобных связей может быть полезным для различных прикладных областей: от исследования организаций до социальной психологии здоровья.

Список использованных источников

- Казанцева Т.В. Альтруизм: феномен и операционализация // Петербургский психологический журнал. 2016. № 14. С. 1-20.
- Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л. Вклад личности в социальный капитал группы: структура альтруистического инвестирования // Социальная психология и общество. 2018. № 1 (в печати).
- Масионис Дж. Социология. СПб., Питер, 2004. 752 с.

- Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л., Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Кузнецова И.В. Социальный капитал личности. М., ИНФРА-М, 2014. 250 с.
- Татарко А.Н. Социально-психологический капитал личности в поликультурном обществе // Петербургский психологический журнал. 2013. № 4.
- Штомпка П. Доверие – основа общества. М., Логос, 2012. 440 с.
- Asendopt J.B., Wilpers S. Personality effects n social relationships // Journal of Personality and Social Psychology. 1998. Vol. 74 (6). Pp. 1531-1544.
- Borgatti S.P. et al. Network analysis in the social sciences //science. 2009. Vol. 323. No. 5916. Pp. 892-895.
- Buelens M., Van den Broeck H., Vanderheyden K., Kreitner R., Kinicki A. Organisational behaviour. New York: McGraw-Hill, 2006. 724 p.
- Burt R.S. Toward a structural theory of action: Network models of social structure, perception and action. Academic Press, 2013.
- Burt R.S. Network-related personality and the agency question: Multirole evidence from a virtual world // American Journal of Sociology, 2012, Vol. 118 (3). Pp. 543-591.
- Burt R.S. Structural holes: The social structure of ccompetition. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992. 318 p.
- Burt R.S., Jannotta J.E., Mahoney J.T. Personality correlates of structural holes // Social Networks. 1998. Vol. 20. Pp. 63-87.
- Callero P.L. From role-playing to role-using: Understanding role as resource //Social psychology quarterly. 1994. Pp. 228-243.
- Coleman J.S. Foundations of social theory Belknap Press of Harvard University Press // Cambridge, MA. 1990.
- Cook K.S., Whitmeyer J.M. Two approaches to social structure: Exchange theory and network analysis // Annual review of Sociology. 1992. Vol. 18. No. 1. Pp. 109-127.
- Cross R., Borgatti S.P., Parker A. Making invisible work visible: Using social network analysis to support strategic collaboration // California management review. 2002. Vol. 44. No. 2. Pp. 25-46.
- de Toni A.F., Nonino F. The key roles in the informal organization: a network analysis perspective // The learning organization. 2010. Vol. 17. No. 1. Pp. 86-103.
- Field J. Social capital. London and New York: Routledge, 2008. 193 p.
- Goldhaber G.M., Barnett G.H. (eds.) Handbook of Organizational Communication. Norwood, N.J.: Alex Publishing, 1995. 502 p.
- González-Bailón S., Wang N., Borge-Holthoefer J. The emergence of roles in large-scale networks of communication // EPJ Data Science. 2014. Vol. 3. No. 1. P. 32.
- Granovetter M.S. The strength of weak ties // American Journal of Sociology. 1973. Vol. 78 (6). Pp. 1360-1380.
- Hoag B., Cooper C.L. Managing value-based organizations: it's not what you think. Edward Elgar Publishing, 2006.
- Huczynski A.A., Buchanan D.A. Organizational behaviour. Englewood Cliffs, N.Y.: Prentice Hall, 1991. 617 p.
- Jones C., Volve E.N. Organizational Identification: Extending our Understanding of Social Identities through Social Networks // Journal of Organizational Behavior. 2011. Vol. 32. Pp. 413-434.
- Jukl G. Leadership in organizations. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Education, 2006. 542 p.

- Kadushin C. The motivational foundation of social networks // *Social networks*. 2002. Vol. 24. No. 1. Pp. 77-91.
- Kalish Y., Robins G. Psychological predispositions and network structure: The relationship between individual predispositions, structural holes and closure // *Social Networks*. 2006. Vol. 28 (1). Pp. 56-84.
- Kotter J.P. *The General managers*. New York: Free Press, 1982. 539 p.
- Krackhardt D., Hanson J.R. Informal networks // *Harvard business review*. 1993. Vol. 71. No. 4. Pp. 104-111.
- Kwon S.W., Adler P.S. Social capital: Maturation of a field of research // *Academy of Management Review*. 2014. Vol. 39. No. 4. Pp. 412-422.
- Landis B. Personality and social networks in organizations: A review and future directions // *Journal of Organizational Behavior*. 2016. Vol. 37. Pp. 107-121.
- Lorrain F., White H.C. Structural equivalence of individuals in social networks // *The Journal of mathematical sociology*. 1971. Vol. 1. No. 1. Pp. 49-80.
- Mac Carron P., Kaski K., Dunbar R. Calling Dunbar's numbers // *Social Networks*. 2016. Vol. 47. Pp. 151-155.
- Mc Kenna E. *Business psychology and organisational behaviour*. Hove, East Sussex: Psychology Press, 2003. 698 p.
- Melamed D., Simpson B., Harrell A. Prosocial Orientation Alters Network Dynamics and Fosters Cooperation // *Scientific Reports*. 2017. Vol. 7.
- Mizruchi M.S. Cohesion, structural equivalence, and similarity of behavior: An approach to the study of corporate political power // *Sociological Theory*. 1990. Pp. 16-32.
- Nyström A.G. et al. Actor roles and role patterns influencing innovation in living labs // *Industrial Marketing Management*. 2014. Vol. 43. No. 3. Pp. 483-495.
- Portes A. Social capital: Its origins and applications in modern sociology // *Annual review of sociology*. 1998. Vol. 24. No. 1. Pp. 1-24.
- Putnam R.D., Leonardi R., Nanetti R.Y. *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton university press, 1994.
- Riketta M. Organizational identification: A meta-analysis // *Journal of vocational behavior*. 2005. Vol. 66. No. 2. Pp. 358-384.
- Rossi R.A., Ahmed N.K. Role discovery in networks // *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*. 2015. Vol. 27. No. 4. Pp. 1112-1131.
- Sutcliffe A. et al. Relationships and the social brain: integrating psychological and evolutionary perspectives // *British journal of psychology*. 2012. Vol. 103. No. 2. Pp. 149-168.
- Totterdell P., Holman D., Hukin A. Social networkers: Measuring and examining individual differences in propensity to connect with others // *Social networks*. 2008. Vol. 30. No. 4. Pp. 283-296.
- Zhuge H. Discovery of knowledge flow in science // *Communications of the ACM*. 2006. Vol. 49. No. 5. Pp. 101-107.

References

- Kazantseva T.V. Al'truizm: fenomen i operatsionalizatsiia [Altruism: the phenomenon and operationalization] // Peterburgskij psihologičeskij žurnal. 2016. No. 14. Pp. 1-20. (In Russian)
- Mararitsa L.V., Kazantseva T.V., Pochebut L.G., Svetsitskii A.L. Vklad lichnosti v sotsial'nyi kapital gruppy: struktura al'truisticheskogo investirovaniia [The contribution of the individual to the group's social capital: the structure of altruistic investment] // Sotsial'naia psikhologiiia i obshchestvo. 2018. No. 1 (in print). (In Russian)
- Masionis Dzh. Sotsiologiiia [Sociology]. St. Petersburg, Piter Publ., 2004. 752 p. (In Russian)
- Pochebut L.G., Svetsitskii A.L., Mararitsa L.V., Kazantseva T.V., Kuznetsova I.V. Sotsial'nyi kapital lichnosti [Social capital of personality]. Moscow, INFRA-M Publ., 2014. 250 p. (In Russian)
- Tatarko A.N. Sotsial'no-psikhologicheskii kapital lichnosti v polikul'turnom obshchestve [Socio-psychological capital of a person in a multicultural society] // Peterburgskij psihologičeskij žurnal. 2013. No. 4. (In Russian)
- Shtompka P. Doverie – osnova obshchestva [Trust is the foundation of society]. Moscow, Logos Publ., 2012. 440 p. (In Russian)
- Asendopt J.B., Wilpers S. Personality effects n social relationships // Journal of Personality and Social Psychology. 1998. Vol. 74 (6). Pp. 1531-1544.
- Borgatti S.P. et al. Network analysis in the social sciences //science. 2009. Vol. 323. No. 5916. Pp. 892-895.
- Buelens M., Van den Broeck H., Vanderheyden K., Kreitner R., Kinicki A. Organisational behaviour. New York: McGraw-Hill, 2006. 724 p.
- Burt R.S. Toward a structural theory of action: Network models of social structure, perception and action. Academic Press, 2013.
- Burt R.S. Network-related personality and the agency question: Multirole evidence from a virtual world // American Journal of Sociology, 2012, Vol. 118 (3). Pp. 543-591.
- Burt R.S. Structural holes: The social structure of ccompetition. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992. 318 p.
- Burt R.S., Jannotta J.E., Mahoney J.T. Personality correlates of structural holes // Social Networks. 1998. Vol. 20. Pp. 63-87.
- Callero P.L. From role-playing to role-using: Understanding role as resource //Social psychology quarterly. 1994. Pp. 228-243.
- Coleman J.S. Foundations of social theory Belknap Press of Harvard University Press // Cambridge, MA. 1990.
- Cook K.S., Whitmeyer J.M. Two approaches to social structure: Exchange theory and network analysis // Annual review of Sociology. 1992. Vol. 18. No. 1. Pp. 109-127.
- Cross R., Borgatti S.P., Parker A. Making invisible work visible: Using social network analysis to support strategic collaboration // California management review. 2002. Vol. 44. No. 2. Pp. 25-46.
- de Toni A.F., Nonino F. The key roles in the informal organization: a network analysis perspective // The learning organization. 2010. Vol. 17. No. 1. Pp. 86-103.
- Field J. Social capital. London and New York: Routledge, 2008. 193 p.

- Goldhaber G.M., Barnett G.H. (eds.) Handbook of Organizational Communication. Norwood, N.J.: Alex Publishing, 1995. 502 p.
- González-Bailón S., Wang N., Borge-Holthoefer J. The emergence of roles in large-scale networks of communication // EPJ Data Science. 2014. Vol. 3. No. 1. P. 32.
- Granovetter M.S. The strength of weak ties // American Journal of Sociology. 1973. Vol. 78 (6). Pp. 1360-1380.
- Hoag B., Cooper C.L. Managing value-based organizations: it's not what you think. Edward Elgar Publishing, 2006.
- Huczynski A.A., Buchanan D.A. Organizational behaviour. Englewood Cliffs, N.Y.: Prentice Hall, 1991. 617 p.
- Jones C., Volve E.N. Organizational Identification: Extending our Understanding of Social Identities through Social Networks // Journal of Organizational Behavior. 2011. Vol. 32. Pp. 413-434.
- Jukl G. Leadership in organizations. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Education, 2006. 542 p.
- Kadushin C. The motivational foundation of social networks // Social networks. 2002. Vol. 24. No. 1. Pp. 77-91.
- Kalish Y., Robins G. Psychological predispositions and network structure: The relationship between individual predispositions, structural holes and closure // Social Networks. 2006. Vol. 28 (1). Pp. 56-84.
- Kotter J.P. The General managers. New York: Free Press, 1982. 539 p.
- Krackhardt D., Hanson J.R. Informal networks // Harvard business review. 1993. Vol. 71. No. 4. Pp. 104-111.
- Kwon S.W., Adler P.S. Social capital: Maturation of a field of research // Academy of Management Review. 2014. Vol. 39. No. 4. Pp. 412-422.
- Landis B. Personality and social networks in organizations: A review and future directions // Journal of Organizational Behavior. 2016. Vol. 37. Pp. 107-121.
- Lorrain F., White H.C. Structural equivalence of individuals in social networks // The Journal of mathematical sociology. 1971. Vol. 1. No. 1. Pp. 49-80.
- Mac Carron P., Kaski K., Dunbar R. Calling Dunbar's numbers // Social Networks. 2016. Vol. 47. Pp. 151-155.
- Mc Kenna E. Business psychology and organisational behaviour. Hove, East Sussex: Psychology Press, 2003. 698 p.
- Melamed D., Simpson B., Harrell A. Prosocial Orientation Alters Network Dynamics and Fosters Cooperation // Scientific Reports. 2017. Vol. 7.
- Mizruchi M.S. Cohesion, structural equivalence, and similarity of behavior: An approach to the study of corporate political power // Sociological Theory. 1990. Pp. 16-32.
- Nyström A.G. et al. Actor roles and role patterns influencing innovation in living labs // Industrial Marketing Management. 2014. Vol. 43. No. 3. Pp. 483-495.
- Portes A. Social capital: Its origins and applications in modern sociology // Annual review of sociology. 1998. Vol. 24. No. 1. Pp. 1-24.
- Putnam R.D., Leonardi R., Nanetti R.Y. Making democracy work: Civic traditions in modern Italy. Princeton university press, 1994.
- Riketta M. Organizational identification: A meta-analysis // Journal of vocational behavior. 2005. Vol. 66. No. 2. Pp. 358-384.

- Rossi R.A., Ahmed N.K. Role discovery in networks // IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering. 2015. Vol. 27. No. 4. Pp. 1112-1131.
- Sutcliffe A. et al. Relationships and the social brain: integrating psychological and evolutionary perspectives // British journal of psychology. 2012. Vol. 103. No. 2. Pp. 149-168.
- Totterdell P., Holman D., Hukin A. Social networkers: Measuring and examining individual differences in propensity to connect with others // Social networks. 2008. Vol. 30. No. 4. Pp. 283-296.
- Zhuge H. Discovery of knowledge flow in science // Communications of the ACM. 2006. Vol. 49. No. 5. Pp. 101-107.