

шего решения требует задача выравнивания информационного потенциала. Указанные проблемы можно решить только путем формирования единого информационного пространства.

Единое информационное пространство представляет собой совокупность баз и банков данных, технологий их ведения и использования, информационно-телекоммуникационных систем и сетей, функционирующих на основе единых принципов и по общим правилам, обеспечивающим информационное взаимодействие организаций и граждан, а также удовлетворение их информационных потребностей.

Отличительной чертой процесса формирования единого информационного пространства является не только создание технической и технологической структур информатизации для обеспечения взаимодействия производителей информации и ее потребителей, распределения знаний, накопленных в информационных банках данных, но и учет социальных, экономических и политических аспектов его формирования и интеграции в мировое информационное пространство. Объективные знания, хранящиеся в информационных банках данных, только тогда могут стать фактором прогрессивных социально-экономических качественных изменений, когда они найдут заинтересованного в них потребителя и будут ему доступны.

Информационная деятельность определяет экономический потенциал общества наравне с материальным производством. Основным политическим и экономическим аспектом формирования единого информационного пространства является преодоление информационного монополизма управленческих и коммерческих структур на открытые информационные. Известно, что именно информационный монополизм является основной питательной средой бюрократизма, волюнтаризма и коррупции.

Юридическая поддержка открытости государственных информационных ресурсов является необходимой предпосылкой обеспечения интеграции единого информационного пространства стран СНГ с европейским и мировым информационным пространством.

С.В. Сивуха
БГУ (Минск)

СОЦИАЛЬНЫЕ СВЯЗИ ДЕЛОВЫХ ЛЮДЕЙ

Идея о том, что наличие связей и знакомств приносит индивиду выгоду, настолько стара, что, вероятно, может быть прослежена на протяжении всей письменной истории человечества. Тем не менее, она приобрела статус концепции лишь два десятилетия назад в работах П. Бурдье и Дж. Колмана. Утверждается, что совокупность ресурсов, доступных через посредство формальных и неформальных связей, составляет социальный капитал, который может быть конвертирован в другие бла-

га. На уровне сообщества социальный капитал уменьшает издержки на координацию совместной деятельности за счет доверительных отношений. На индивидуальном уровне социальный капитал дает доступ к власти, статусу, материальному благосостоянию, карьере, информации и другим ресурсам. Теория социального капитала хорошо знакома белорусским и российским исследователям и послужила основой многочисленных эмпирических исследований. К сожалению, концептуальные проблемы теории, связанные, среди прочего, с прихотливым сочетанием противоречивых идей Колмана и Бурдье, существенно затрудняют систематизацию и осмысление полученных результатов.

Вне поля зрения отечественных исследователей оказались два самых инструментальных подхода к измерению социального капитала — ресурсный и сетевой. «Генератор ресурсов» М. Ван Дер Гаага и Т. Снийдерса измеряет доступ индивида к определенным благам (знаниям, навыкам, статусным должностям, деньгам, СМИ и др.) через посредство членов семьи, друзей или знакомых. Получаемые данные имеют ясную интерпретацию. Р. Берт пытается объединить идею Дж. Колмана о позитивной роли сплоченных групп и идею М. Грановеттера о «силе слабых связей», т.е. о ценности информации, которую индивид получает не от близких и значимых лиц, а от знакомых. Ключевым понятием для Р. Берта стала «структурная дыра» — отсутствие связи между участниками или кликами личной сети данного индивида. Чем больше структурных дыр в личной сети, тем больше конкурентных преимуществ у «эго». Сплоченные группы обладают избыточной и тривиальной информацией, а человек, связывающий между собой группы и группировки, имеет доступ к новым идеям. Посредник получает возможность контролировать поведение других. С точки зрения Берта, предприниматель выполняет роль посредника. Предприимчивые люди, ориентированные на социальный успех, целенаправленно формируют широкие и разнообразные сети, выступая в роли посредников между непохожими или пространственно разделенными индивидами. Научная литература и популярны источники рекомендуют бизнесменам и руководителям периодически строить и анализировать карты своих связей, определять посредников (например, тех, кто свел нас с полезными людьми) и искать возможности стать посредниками между разделенными группами и индивидами.

«Генератор ресурсов» измеряет лишь доступность ресурсов через посредство личных связей индивида. Недостатком подхода является пренебрежение к множественным структурам пересекающихся реальных социальных сетей, к которым принадлежит и сам «эго», и его полезные контакты. Обязательства, связанные с принадлежностью к сетям, вынуждают индивида не только приобретать, но и делиться имеющимися у него ресурсами. С другой стороны, исследовательская программа Р. Берта целиком построена на анализе «структурных дыр» и упускает их виду другие механизмы образования и развития социальных сетей.

В докладе обсуждаются методологические новации, позволяющие измерять, статистически анализировать и моделировать локальные механизмы функционирования реальных социальных сетей.

О.В. Шевченко
ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)

КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

В последнее десятилетие XX в. в развитых странах произошли кардинальные сдвиги в корпоративном управлении инвестиционными ресурсами. Преобладающей формой инвестирования здесь становятся вложения в человеческий капитал и нематериальные активы. Глобализация финансовых, товарных и информационных потоков, интенсивное развитие электронной торговли меняют философию инвестиционного поведения компаний. Можно наблюдать переход от вложений в вертикальную интеграцию к вложениям в горизонтальную интеграцию и специализацию на наиболее эффективных сферах деятельности. Главную роль в управлении капиталовложениями начинает играть гармонизация отношений всех соучастников инвестиционной деятельности корпораций.

Повышение инвестиционной привлекательности отечественных компаний должно осуществляться не спонтанно (появляется необходимость привлечения инвестиций — формируется отчет о состоянии финансово-хозяйственной деятельности компании — начинается проект по привлечению инвестиций), а идти по пути повышения прозрачности бизнеса (анализируется отчет о состоянии финансово-хозяйственной деятельности компании — совершенствуется система внутреннего управления и аудита компании — компания в силу своей прозрачности и эффективности становится привлекательной для инвесторов), что позволит оптимизировать финансовые затраты посредством планирования и управления процессами и бюджетами, в том числе на уровне отдельных подразделений (центров доходов и затрат), будет способствовать формированию внешней среды компании, направленной, в первую очередь, на привлечение эффективных инвестиций (внешних финансовых ресурсов по низкой стоимости для финансирования инвестиционной деятельности компании).

Решение проблем, связанных с мобилизацией и распределением инвестиционных средств, контролем за их использованием, достижением успешных результатов на всех стадиях инвестиционного процесса, возможно лишь при правильно построенной системе корпоративного управления, что предполагает рациональное распределение прав и обязанностей между участниками деятельности компании. Основные элементы такой системы включают прозрачность структуры собственности