

Д.А. Давыдов

ТЕОРИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА: ОТ СОЦИОЛОГИИ К ЭКОНОМИКЕ И ОБРАТНО

Теория социального капитала имеет концептуальную уязвимость, связанную со спецификой рассматриваемых ею социальных феноменов. В экономической по истокам теории социального капитала накопилось немало спорных концептуальных заимствований из социологии. К социальному капиталу причисляют практически весь спектр различных форм социальных взаимодействий. Однако зачастую индивиды вступают в социальные отношения по мотивам, отличным от «экономических» (инвестиции, стремление к приумножению богатства и т.д.). Им зачастую свойственен альтруизм и некоторые формы нереклексивного поведения. В такой ситуации теряется изначальный смысл термина «капитал». Происходит смешение несовместимых феноменов, что не может не вызывать неприятия среди некоторых экономистов и социологов. Следовательно, в статье рассмотрены попытки перестроить теорию социального капитала на экономический лад. Сделать это можно, если вычеркнуть из категориального аппарата теории социального капитала все то, что связано с альтруизмом и взаимными симпатиями. Автор придерживается точки зрения, согласно которой капитал — это всегда результат целенаправленных инвестиций. На основании существующих подходов автор выстраивает собственную концепцию социального капитала, отбрасывая лишние компоненты и добавляя новые. Автор критикует подход, согласно которому социальный капитал появляется исключительно на почве рациональных обменов между отдельными индивидами. Таким образом сохраняется экономическая логика термина «социальный капитал», не потеряв при этом социологического содержания. Особое внимание при этом уделено понятию «социальных смыслов». По убеждению автора, социальный капитал может быть результатом индивидуальных усилий по манипуляции ценностями и смыслами, разделяемыми окружающими, а также совокупностью целенаправленно сформированных в их сознании образов «о себе».

Ключевые слова: инвестиции, социальные смыслы, теория социального капитала.

Давыдов Дмитрий Александрович — аспирант, младший научный сотрудник, Институт философии и права УрО РАН (davydov_ifp@mail.ru)

Davydov Dmitry — Post-Graduate, Junior Researcher, Institute of Philosophy and Law, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (davydov_ifp@mail.ru)

Термин «социальный капитал» является сегодня одним из самых часто встречающихся в социальных науках. В основе изысканий исследователей социального капитала лежит предположение, что наряду с капиталом физическим и человеческим (совокупность знаний и способностей индивидов (Bekker 1964)) существует также социальный капитал, свойственный структурам социальных взаимодействий. При этом теория социального капитала включает в себя множество ответвлений, зачастую предполагающих разные цели и методологии эмпирических исследований. В целом их можно разделить на два основных подхода.

Первый подход предполагает, что социальные связи и сети (social networks) опосредуют доступ к тем или иным ресурсам, а потому социальный капитал определяется просто через способность отдельных индивидов к мобилизации «сетевого ресурса» (Lin 1999; Lin 2001). В рамках другого подхода авторы обращаются к более «сложным» социальным явлениям (в основном, к формам объединений индивидов в социальные целостности). Эта традиция берет свое начало в трудах П. Бурдьё (Бурдьё 2002), для которого, как известно, концепция капитала не исчерпывалась апелляциями к поведению homo economicus («человеку экономическому») (Бурдьё 2005). Здесь можно упомянуть небезызвестные работы Р. Патнэма (Патнэм 1996; Putnam 1995; Putnam, Feldstein 2003) и Ф. Фукуямы (Фукуяма 2004а; Фукуяма 2004б). Эти исследователи анализируют тенденции современного западного общества. По их мнению, оно постепенно становится обществом индифферентных и изолированных индивидов. Патнэм обращает внимание на рост недоверия граждан США друг к другу и к политическим институтам, а также на упадок культуры участия в деятельности добровольных ассоциаций — части гражданского общества, в некоторой степени обеспечивающей благоприятный климат для экономического процветания развитых стран (Putnam 1995). Фукуяма также подчеркивает факт снижения рождаемости в развитых странах в результате размывания семейных ценностей и трансформации идеалов в сторону социально одобряемых практик стремления к карьерному росту и материальной независимости. Как утверждает Фукуяма, «индивидуализм, фундаментальная ценность современного общества, незаметно начинает переходить от гордой самостоятельности свободных людей в род замкнутого индивидуализма, для которого целью становится максимизация персональной свободы без оглядки на ответственность перед другими» (Фукуяма 2004а: 72).

Оба подхода вызывают определенные вопросы. Первый подход — «сетевой» — описывает поведение, с макроэкономической точки зрения являющееся зачастую вредным. Социальные связи сами по себе ничего не производят, зато служат фактором, дающим преимущества одним в ущерб другим. Отсюда возможен вывод, что для экономики в целом социальный капитал в виде связей (родственных, дружеских, деловых) вреден, т. к. способствует не столько экономическому развитию (через обмен информацией и кооперацию), сколько *коррупции* (bonding capital (Harris 2007)).

Ко второму подходу — условно назовем его социологическим — имеются вопросы уже концептуального характера. Некоторые исследователи не прием-

лют «социологизмов» данного подхода, не укладывающихся в стандартные рамки экономической картины мира (Field 2003: 158). Социальным отношениям часто свойственны альтруизм или, к примеру, привязанность (симпатии), а не только эгоизм, корыстный расчет и погоня за материальными преимуществами. При этом многие теоретики не желают проводить четких границ между спецификой экономических и социальных феноменов. Например, Дж. Коулмен — сторонник теории рационального выбора — пишет, что многие формы социального капитала связаны с альтруизмом (Коулмен 2001: 129).

В каком-то смысле ссылка на альтруистичное поведение оправдана: не вызывает сомнений, что альтруизм играет важную роль в производстве некоторых общественных благ (волонтерство, забота об окружающей среде и т. п.). Однако искусственная увязка социальных феноменов с экономическими (как это делает Дж. Коулмен и многие другие авторы) может исказить внутреннюю суть первых. Так, Б. Файн и К. Лапавицас отмечают, что «доверие, честность, вера, связность, взаимность и т. п. ... могут формироваться в контексте, не имеющем ничего общего с экономикой» (Fine, Lapavitsas 2004: 30). Похожую мысль излагает Дж. Ходжсон. По его мнению, «... давать чему-то цену не значит устанавливать возможность владения или отчуждения. Существует множество вещей — таких как любовь или честь — которыми не так легко (если вообще возможно) торговать...» (Hodgson 2014). Кроме того, чаще всего люди объединяются и знакомятся без каких-либо экономических замыслов («калькуляций») — просто потому, что это «приятно» (Agrow 1999: 4; см. также Sobel 2002).

В настоящей статье мы покажем, что решить данные проблемы можно, если объединить оба подхода в один и отбросить лишнее. Концепцию социального капитала необходимо максимально сблизить с классическим представлением о капитале (как продукте рациональных инвестиций), при этом сохранив некое, собственно, *социальное* ядро.

За концептуальную основу дальнейших рассуждений мы возьмем недавнюю работу чешского социолога П. Халупничека (Chalupnick 2010). Халупничек стремится исключить из теории социального капитала все то, что не укладывается в рамки экономических определений капитала. Сделать это непросто, т. к. социальный мир — это мир ценностей и представлений, происхождение которых только отчасти связано с рациональностью как таковой, не говоря уже об *экономической* рациональности.

Сам Халупничек придерживается канонов австрийской экономической школы. Основоположники данного направления в экономике определяли капитал как *блага, которые не потребляются сейчас, а используются в производственном процессе с целью увеличения совокупного богатства в будущем* (Böhm-Bawerk 1890).

Первым делом Халупничек различает так называемое потребление и инвестиции. «Потребление» в случае социальных отношений — это наслаждение общением (или членством в группе), не связанное с каким-либо корыстным умыслом. Социальные отношения могут быть ценны сами по себе и приносить эстетическое, духовное и прочее наслаждение. Иная картина вырисовывается,

когда речь идет о социальном *капитале*. Социальный капитал всегда является результатом *инвестиций*. Как пишет чешский исследователь, «социальный капитал — это (частные) активы индивидов, которые, подобно другим формам капитала, создаются путем инвестирования ограниченных ресурсов в настоящем, чтобы получить определенные выгоды в будущем» (Chalupnicek 2010: 1234).

В результате инвестиций в социальный капитал образуются *взаимные обязательства*. Индивид «А» может оказать услугу индивиду «Б» в обмен на соответствующую благодарность в будущем. Отдача будет более выгодной в нужном месте в нужное время. Согласно Г.В. Градосельской, «аккумуляция социальных расписок отличается от простого экономического обмена в двух аспектах. Во-первых, выплаты по обязательствам могут различаться по форме: они могут предлагаться, например, в виде неуловимых субсидий предпочтения или преданности. Во-вторых, время выплат обычно четко не установлено...» (Градосельская 2004: 60).

Халупничек последовательно исключает иные ситуации, особенно когда взаимность обуславливается альтруизмом. Как он отмечает, есть ситуации, только внешне похожие на нечто, связанное с социальным капиталом. Некоторый индивид может пригласить кого-либо в кафе и мило с ним побеседовать. Если при этом беседа в кафе ценится исключительно как «беседа в кафе», то речь идет не об инвестициях (не о социальном капитале), а об удовольствии. Но в другой ситуации беседа в кафе рассматривается не как самоцель, а как *средство*: завести «выгодное» знакомство, напомнить о себе и т. п. (Chalupnicek 2010: 1239).

Таким образом, подход чешского исследователя интересен, во-первых, своей экономической логикой, избавленной от частых отсылок к таким социальным феноменам, которые зачастую связаны с экспрессивным и альтруистическим поведением. Во-вторых, данный подход позволяет исключить из теории социального капитала некоторые непродуктивные с экономической точки зрения явления. Халупничек определяет социальный капитал не просто как ресурс (о чем говорит, например, Дж. Коулмен (Коулмен 2001)), а как то, что является продуктом *активной и созидательной деятельности* (нацеленной на *будущие* выгоды). Одним словом, чтобы обладать социальным капиталом, нужно что-то сделать («произвести») или даже проявить творческий потенциал. При этом некоторые вещи более не считаются социальным капиталом. Например, родственные связи — это, согласно такому подходу, не капитал, т. к. индивиды, как правило, не выбирают родственников (в качестве исключения можно привести брак по расчету или усыновление). Стоит отметить, что такие «невыбираемые» связи — это один из самых распространенных источников *коррупции*, когда некие лица просто за то, что они являются родственниками кого-то из «верхних кругов», получают необходимые им привилегии (к примеру, при устройстве на работу по связям место получает не лучший претендент, а «свой»).

Тем не менее, у концепции Халупничека, на наш взгляд, есть свои недостатки. Начнем с того, что Халупничек вынужденно возвращается к экспрессивным и альтруистическим феноменам (дружба, любовь и т. п.), говоря о том,

что «чистого» социального капитала не существует. По его мнению, эгоистические и альтруистические мотивации могут *переплетаться* (Chalupnick 2010: 1238). К примеру, отец может рассматривать плату за обучение своего сына как своеобразную «инвестицию»: в старости это вернется ему в виде ответной помощи со стороны состоятельного сына. Но такое же поведение может быть вызвано альтруизмом и заботой, нежными чувствами к своему ребенку. Таким образом, в большинстве эпизодов оказывается непросто провести водораздел между инвестициями и самоотверженностью.

На наш взгляд, решить данную проблему можно, если вернуться к изначальному посылу концепции Халупничека: социальный капитал необходимо *отделить* от того, что им не является. Соответственно, взаимность между любящими друг друга индивидами, по нашему убеждению, не является социальным капиталом — это есть взаимность *бескорыстия*, а не обязательств (если смотреть на соотношения). Иными словами, любящие друг друга люди не будут рассматривать друг друга как предмет капиталовложений. Мы выступаем против подхода, согласно которому всем «человеческим взаимоотношениям можно установить цену и утилизировать их точно так же, как это делается по отношению, например, к холодильнику или какому-либо другому благу, используемому потребителями» (Robison et al. 2002: 9). Кроме того, инвестиции (если таковые предположить в данном контексте) не могут «пересекаться» с альтруизмом по причине того, что перспектива таких инвестиций туманна: «сопутствующий» альтруизм может нарушить любую материальную позитивную отдачу в будущем. Сегодня, например, отец (будто бы) ждет от сына помощи в будущем, а завтра жертвует ради него жизнью и т. д.

Отметим также чисто «нормативную» проблему: чем чаще индивиды думают о некоторых связях с другими людьми как об экономическом преимуществе, тем слабее их *внутренняя* ценность (корысть как нечто противопоставленное (внеположное) искренним чувствам, связывающим людей). Это наглядно показывает в своих исследованиях один из идеологов коммунитаризма М. Сэндел (Сэндел 2013).

Вышесказанное отнюдь не значит, что крепко связанные эмоциями взаимных симпатий индивиды не могут иногда задумываться о возможных выгодах в качестве «приятных (дополнительных) бонусов». Речь идет о внутренней сущности явлений, не сочетающихся друг с другом (любовь и корысть). Но если принять данное правило, то социальный капитал оказывается довольно редким явлением, с которым можно соотнести разве что формальные партнерские отношения или, на худой конец, не требующие особой «сентиментальности» *знакомства* («слабые» социальные связи). В этом заключается, на наш взгляд, главное ограничение так называемого сетевого подхода, представляющего социальный капитал исключительно как специфическую форму социальных *обменов*.

Тем не менее, мы считаем, что можно несколько расширить диапазон явлений, подпадающих под определение истинного социального капитала (подразумевающего отказ от потребления в настоящем времени с целью увеличения совокупного благосостояния в будущем (инвестиции)). Сетевой подход упуска-

ет из виду собственно *социальные* феномены (факты) в дюркгеймовском смысле как надындивидуальные социальные *структуры*. В какой-то степени это объяснимо, ведь чем дальше мы движемся от «микrokлимата» социальных интeракций в сторону социальных структур, тем чаще встречаемся с коллективным альтруизмом или даже некоей *сакральностью* (Дюркгейм 1995) (рассмотрим данные явления ниже). Однако и здесь можно встретить примеры, укладывающиеся в смысловые рамки «очищенной» экономической логики.

Общество — это не только мир ограничений и «самоотверженных» действий, но также пространство, в котором индивиды выстраивают свои рациональные стратегии и ориентируются на реакцию других (мы допускаем, что социальным агентам свойственен и альтруизм, и эгоизм в *разные моменты времени*). Наиболее удобный термин здесь — *социальные смыслы*. Под социальными смыслами мы понимаем коллективно разделяемые верования и убеждения, влияющие на восприятие индивидами объективной реальности, себя и других в контексте социальных отношений.

Экономические агенты волей-неволей вынуждены действовать в мире, в котором некоторые образцы поведения порицаются, а другие приветствуются. Следовательно, они соответствующим образом ведут себя так, чтобы в представлении других выглядеть более выгодно. К примеру, тот или иной индивид может посещать церковь просто чтобы сформировать о себе позитивный образ «добродетельного человека». Такая стратегия может облегчить коммуникацию индивида с другими людьми, приветствующими религиозные ценности. При этом сам по себе факт вхождения в религиозную общину, разумеется, не связан с взаимными обязательствами (разве что с каким-то неуловимым «символическим обменом»). Речь идет о перформативном действии — как выразился бы И. Гоффман — «представлении себя другим» (Гоффман 2000).

В других ситуациях стратегии индивидов могут быть направлены на *избегание* негативных санкций. Если некий поведенческий паттерн (например, гомосексуальность) в обществе осуждается, рациональной стратегией будет вести себя наоборот, скрывая свои «истинные склонности» или даже создавая внешне противоположный образ через идентификацию с группой осуждающих (гомофобия). О подобных стратегиях говорят теоретики «экономики идентичности» Дж. Акерлоф и Р. Крэнтон (Akerlof, Kranton 2000).

Кроме того, не стоит забывать об одной из самых исследуемых форм социального капитала — *доверии*. Халупничек не считает доверие социальным капиталом. Как он пишет, «доверие не является обязательством (социальным капиталом) как таковым, а скорее особенностью какого-либо обязательства, нашей оценкой “достоверности” этого обязательства» (Chalupnicek 2010: 1241). Доверие, говорит Халупничек, является попросту *информацией* о прошлых интeракциях (обманывал (подводил) ли меня ранее тот или иной индивид?). Однако, на наш взгляд, доверие — феномен гораздо более широкий. Как верно отмечает Ю.В. Веселов, «доверие не только в сознании агентов, оно существует в пространстве отношений агентов» (Веселов 2013: 273–289). Можно говорить о *межгрупповом доверии*, когда представители одной социальной группы не доверяют членам другой группы в силу, опять же, *социальных представлений*.

В подобных случаях нет разницы, какой информацией владеют два представителя двух конкретных групп. Они могут попросту не знать друг друга персонально и при этом «заочно» не доверять друг другу. Например, члены одних этнических групп, не доверяющие представителям других этнических групп просто постольку, поскольку они «другие», и т.д.

Конечно, отсутствие межгруппового доверия не является признаком отсутствия социального капитала, т. к. последний, как мы отметили выше, должен быть результатом активной деятельности — *инвестиций*. Однако, по нашему убеждению, в межгрупповое доверие *возможно* инвестировать, на собственном примере разоблачая мифы и предрассудки как ложные представления или влияя на культурную политику посредством коллективного действия. Иными словами, доверие — феномен куда более сложный, чем просто «информация о прошлых интеракциях». Его наличие или отсутствие напрямую связано с социальными смыслами, разделяемыми индивидами.

Социальным капиталом также может являться *статус* того или иного агента. Статус — это инструмент влияния, основывающийся на социальных представлениях об *авторитетности*. Как пишет Э. Глэзер с соавторами, «индивиды накапливают статус разными способами: например, через демонстрацию материального благополучия, щеголяя внешней привлекательностью или демонстрируя спортивную доблесть» (Glaeser et al. 2002: 443). Нельзя также упускать из поля зрения *социальные ценности*. Уважительное отношение к устоям, соблюдение некоторых норм, принятых в той или иной культурной среде, также может рассматриваться как своеобразная инвестиция, облегчающая коммуникацию с нужными людьми. Конечно, речь здесь идет в основном об инвестициях в человеческий капитал (*знание о культуре*). Однако возможны и другие ситуации, в которых индивид овладевает культурными значениями непосредственно через коммуникацию и *понимание*.

Между тем здесь стоит сделать немаловажную ремарку. В обществе (на макроуровне) также есть типы ситуаций (или социальных отношений), к которым сложно или невозможно применить экономическую логику. Мы называем данные отношения *общностями* (Gemeinschaft, согласно Ф. Тённису (Тённис 2002)). Общность есть нечто немислимое без *взаимного* альтруизма. Иными словами, общность — это такая социальная группа, среди представителей которой индивидуальное «Я» *вытеснено* коллективным «Мы» (доходя иногда до незамаскированного фанатизма). Как в случае с дружбой или родственной любовью, идея общности не соотносима с субъектностью калькулирующих свои выгоды и издержки экономических агентов. Приоритет общности — это *благо коллектива*. Представитель общности (например, член некоторых группировок фундаменталистов в «традиционных» обществах) думает прежде всего о своих соплеменниках, нежели о собственном материальном благополучии.

Следовательно, с социальным капиталом мы будем иметь дело только тогда, когда «инвестор» является (в данный момент времени) *рациональным агентом* (нацеленным на будущие выгоды), а социальные смыслы, которыми он оперирует, — «нейтральными», т. е. не связанными с принадлежностью данного индивида к той или иной общности.

Итак, мы видим, что некоторые авторы, дабы очистить экономическую теорию капитала от так называемых социологизмов (социальные феномены с примесями альтруизма), переходят к анализу рационального поведения на микроуровне (ограничиваясь логикой экономического обмена). Стремление отделить «социальную специфику» от экономической теории капитала можно приветствовать, если учесть все те разногласия и концептуальные нестыковки, которые присутствуют в данной области исследований.

Однако, как было показано выше, существует некоторое множество типов «связанности» (дружба, любовь и т. д.), которые не могут являться капиталом даже, если так можно выразиться, по «совместительству» (иначе теряется смысл данных явлений). При таком раскладе на микроуровне социальный капитал оказывается достаточно редким явлением, хотя данный вопрос сегодня является дискуссионным (Нестик 2009: 365–386).

Тем не менее, на наш взгляд, экономическая теория капитала применима и к более масштабным надындивидуальным социальным феноменам. Ценность рассмотренной нами выше концепции П. Халупничека в том, что она позволяет четко разграничивать капитал от того, что им принципиально не является. *Социальный капитал — это всегда результат инвестиций — вложений с целью извлечения прибыли в будущем.*

Но если это так, то, по нашему убеждению, не стоит ограничиваться межличностными интеракциями. *На надындивидуальном уровне социальных смыслов есть множество вещей, могущих являться предметом инвестиций* (исключение составляют общности как группы «взаимного альтруизма»). При этом мы получаем очищенную экономическую логику, наполненную социологическим содержанием. В нашей интерпретации социальный капитал — это помимо всего прочего *результат индивидуальных усилий по манипуляции ценностями и смыслами, разделяемыми окружающими, а также совокупность целенаправленно сформированных в их сознании образов «о себе»*. Так, индивид, посещающий интеллектуальный кружок, может заботиться не только о своем человеческом капитале (интеллектуальность как таковая), но и о своем позитивном «образе» в сознании других людей (опираясь на общепринятые представления). В таком случае члены интеллектуального кружка будут являться частью социального капитала данного индивида, способствуя установлению новых контактов и облегчая коммуникацию с потенциальными партнерами (кружок как нечто социально значимое, одобряемое и престижное).

В заключение отметим, что не существует изолированных экономических агентов. Все мы — члены общества. И от того, какие стратегии мы выбираем, опираясь на представления других, зависит наше собственное материальное благополучие.

Литература

Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005.

Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология, 2002, 3(5), с. 60–74.

Веселов Ю. В. Институциональное и сетевое доверие как экономические категории // Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества / под ред. А. Б. Купрейченко, И. В. Мерсияновой. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2013, с. 263–289.

Гоффман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон, 2000.

Градосельская Г. В. Сетевые измерения в социологии: Учебное пособие / Под ред. Г. С. Батыгина. М.: Новый учебник, 2004.

Дюркгейм Э. Представления индивидуальные и представления коллективные // Дюркгейм Э. Социология: ее предмет, метод, предназначение. М.: Канон, 1995.

Коулмен Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность, 2001, 3, с. 121–139.

Нестик Т. А. Социальные сети // Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / под ред. Б. З. Мильнера. М.: ИНФРА-М, 2009, с. 365–386.

Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии. М.: Ad Marginem, 1996.

Сэндел М. Что нельзя купить за деньги? М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

Тённис Ф. Общность и общество. СПб.: Владимир Даль, 2002.

Фукуяма Ф. Великий разрыв. М.: АСТ: Ермак, 2004а.

Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели на пути к процветанию. М.: АСТ: Ермак, 2004б.

Akerlof G. A., Kranton R. E. Economics and Identity, *The Quarterly Journal of Economics*, 2000, 115(3), pp. 715–753.

Arrow K. J. Observations on Social Capital, in: *Social Capital — A Multifaceted Perspective*, ed. P. Dasgupta, I. Serageldin. Washington, DC: World Bank, 1999, pp. 3–5.

Becker G. *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. Chicago: University of Chicago Press, 1964.

Böhm-Bawerk E. v. *Capital and Interest: A Critical History of Economical Theory*. London: Macmillan and Co, 1890. [<http://www.econlib.org/library/BohmBawerk/bbCI.html>] (Accessed 21.07.2014).

Chalupnick P. The Capital on Social Capital: An Austrian Perspective, *American Journal of Economics and Sociology*, 2010, 69(4), pp. 1230–1250.

Field J. *Social Capital*. London: Routledge, 2003.

Fine B., Lapavistas C. Social Capital and Capitalist Economics, *South Eastern Europe Journal of Economics*, 2004, 2(1), pp. 17–34.

Glaeser E. L. et al. An Economic Approach to Social Capital, *The Economic Journal*, 2002, 112(483), pp. 437–458.

Lin N. Social Networks and Status Attainment, *Annual Review of Sociology*, 1999, 25, pp. 467–487.

Lin N. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. N.Y.: Cambridge University Press, 2001.

Harris D. Bonding Social Capital and Corruption: A Cross-National Empirical Analysis, *Environmental Economy and Policy Research Working Papers*, 2007, 27. [<http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/csgr/events/conferences/conference2007/papers/harris.pdf>] (Accessed 21.07.2014).

Давыдов Д.А. Теория социального капитала: от социологии к экономике и обратно

Hodgson G.M. *What is Capital?* [http://www.uu.nl/SiteCollectionDocuments/REBO/REBO_USE/REBO_USE_OZZ/SemSerieSpring2014/What%20is%20Capital.pdf] (Accessed 21.07.2014).

Putnam R.D. Bowling Alone: America's Declining Social Capital, *Journal of Democracy*, 1995, 6(1), pp. 65–78.

Putnam R.D., Feldstein M.L. *Better Together: Restoring the American Community*. New York: Simon & Schuster, 2003.

Robison L.J. et al. Is Social Capital Really Capital?, *Review of Social Economy*, 2002, 60(1), pp. 1–21.

Sobel J. Can We Trust Social Capital?, *Journal of Economic Literature*, 2002, 40(1), pp. 139–154.