

ПОЛИТЭКОНОМИЯ

УДК: 316.42: 330.34

JEL: A 130, I 310

Валерий Геец

СОЦИАЛИЗАЦИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ

Показано, что экономическое развитие включает субъективную деятельность людей, которая является сознательной и формируется в процессе социализации, происходит в результате интериоризации общественных форм жизнедеятельности. Внутренняя психология личности получает внешне выраженную форму через экстериоризацию, которая, благодаря накопленной внутренней потенции, вступает в противоречие с окружающей общественной средой. Результатом решения этих противоречий являются социальные инновации, которые обновляют и активизируют жизнедеятельность и личности, и отдельных коллективов, и общества в целом. Социальные инновации рассматриваются как накопление нематериальных активов в формате навыков, являющихся конкурентными и имеющими характер исключительности. На этой основе охарактеризована социализация в экономике через процесс социализации капитала, социализации государства и общественных организаций, а также охарактеризованы проблемы и роль процессов цифровизации в трансформации социализации личности.

Ключевые слова: социализация, социальные инновации, экономическое развитие, экономические системы, сознание, цифровизация.

SOCIALIZATION AND SOCIAL INNOVATIONS IN ECONOMIC DEVELOPMENT

Heyets Valeriy (gvm@ief.org.ua), Academician of the National Academy of Sciences of Ukraine; Director of the Institute of Economics and Forecasting of the National Academy of Sciences of Ukraine. OrCID: 0000-0002-2895-6114

It is shown that economic development includes the subjective activity of people, which is conscious and is formed in the process of socialization that takes place because of the interiorization of social forms of life. The internal psychology of a person receives an outwardly expressed form through exteriorization, which, thanks to the accumulated internal potency, comes into contradiction with the surrounding social environment. The result of the solution of these contradictions is social innovations, which renew and intensify the vital activity of both individuals, individual collectives, and society as a whole. Social innovation is considered as the accumulation of intangible assets in the form of skills that are competitive and exclusive. On this basis, the author characterizes socialization in the economy

Геец Валерий Михайлович (gvm@ief.org.ua), академик НАН Украины; директор ГУ "Институт экономики и прогнозирования НАН Украины". OrCID: 0000-0002-2895-6114

Цитирование: Геец В. М. Социализация и социальные инновации в развитии экономики. *Экономическая теория.* 2020. № 4. С. 5–24.

© В. Геец, 2020

ISSN 1811-3133. *Экономическая теория.* 2020. № 4: 5–24

through the process of socialization of capital, and socialization of the state and public organizations. Also, the article tackles the problems and the role of digitalization in the transformation of the individual socialization.

Key words: socialization, social innovations, economic development, economic systems, consciousness, digitalization.

Сознание и экономическое развитие

Социализация – это процесс, в результате которого в личности происходит интериоризация культуры общества, перевод внешнего (социальных форм деятельности) во внутренний план (формирование человеческой психики, внутренних паттернов деятельности и т.д.). Впервые интериоризацию в социологии исследовал Э. Дюркгейм, который рассматривал её как элемент социализации (Дюркгейм, 1914). В свою очередь Т. Парсонс развил социологическое понятие интериоризации (Парсонс, 2000). Благодаря социализации в обществе усваивается существующая социальная действительность, в которой накоплен опыт предыдущих поколений.

В свой черёд внутреннее психологическое личности, развитое в результате интериоризации, получает внешне выраженную форму через экстериоризацию. Экстериоризация внутренних потенций, сформированных в результате социализации, вступает в противоречие с окружающей общественной средой. Результатом решения этого противоречия является социальная инновация. Социализация, осуществляясь с помощью интериоризации, формирует у каждого субъекта индивидуализированный характер вследствие имеющихся различий в окружающей общественной среде.

Социализация охватывает и общество в целом, и государство, и бизнес, и общественные организации (Геец, 2020), формирует социальную реальность и одновременно является способом осознания этой же реальности, тем самым совмещая в себе и процесс, и результат. Социализация как процесс прежде всего является средством усвоения как образов, так и образцов жизни и поведения людей. Такая социализация является социализацией индивидуума. Социально-психологический способ воздействия и взаимодействия в индивидуальном и общественном отношениях в своей основе и является социализацией личности, предполагает не только и не столько разработку новых идей, способов, механизмов, ориентированных на решение социально-экономических проблем в части здравоохранения, образования, борьбы с бедностью, алкоголизмом, беспризорностью и т.д. Этот аспект социализации и её результатов и соответствующих инициатив, связанный с реализацией идеи улучшения социального положения отдельного индивида, является традиционным способом воздействия на механизмы борьбы с общественными проблемами в части неудовлетворительного уровня жизни населения.

Это все характерно для деятельности социального государства (государства благосостояния). В нашем же случае речь идёт о тех способах социализации и соответствующих социальных инноваций, которые предусматривают обновление и активизацию жизнедеятельности личности или отдельного коллектива, порождающих со своей

стороны инициативы. Последние являются следствием социальных инноваций, которые рождаются в результате, как уже выше сказано, разрешение противоречий между внутренними потенциями личности и окружающей общественной средой.

Социальные инновации такого характера во времени, имплементируясь в общественную жизнь, формируют не только способность к деятельности, которая сама по себе является конкурентным преимуществом личности, но и её способность к их генерации, наряду с генерацией ноу-хау, происходящей вследствие образовательной и научной деятельности. Социальные инновации являются одной из форм накопления нематериальных активов, которые существуют, в частности, в форме навыков как составляющей человеческого капитала (*Becker, Murphy, Tamura, 1990*). Такие навыки являются конкурентными и носят характер исключительности, что в совокупности является едва ли не самыми главными условиями эндогенного характера в модели экономического роста. Навыки как элемент человеческого капитала являются нематериальными, благодаря чему их "... совместное использование ... может привести к существенной экономии" (*Портер, 2005*).

В процессе интериоризации и экстериоризации человек создаёт экономическую реальность, собственный продукт, который начинает господствовать над ним. Это – феномен отчуждения, социализация же – это процесс "снятия" отчуждённости, и в этом высший смысл социализации, что должно быть учтено в политике реформ стран, которые проходят путь от тоталитаризма к демократии, от доминирующего директивного планирования к доминированию в сфере экономики рыночных отношений.

Учитывая, что реформы в экономике – это только часть системы общественной модернизации, связанной с интериоризацией человеческой психики, в результате которой усваиваются, в том числе через процессы социализации, внешне существующее социальное сопровождение и нормы деятельности, стоит задача формировать личность и её способность к жизнедеятельности, которая трансформируется в обществе. Благодаря процессам социализации происходит усвоение норм и ценностей, а также генерируются социальные инновации в результате столкновения самовыражения, которое в каждом случае индивидуализировано социальным опытом, с социальной реальностью. В конце концов имеет место развитие сознания людей, которое в реальности через субъективную деятельность личности влияет на экономическое развитие. Экономическое развитие как процесс, происходящий в реальной действительности, включая влияние сознания, играет в нём ключевую роль.

Историческое измерение жизнедеятельности социума характеризуется всё более высоким уровнем развития его организации в результате социальной эволюции. В ходе её пришло время как для формирования, так и расширения социального взаимодействия личностей, входивших в группы, в рамках которых, собственно, и происходило социальное взаимодействие. В результате эволюции это привело к развитию самореализации, самоорганизации и самоуправления.

ния личности, что характерно для процессов формирования и развития общества.

Основой жизнедеятельности общества является согласованное взаимодействие (сотрудничество) личностей и соответственно весь комплекс взаимоотношений, а созданное этими согласованными действиями в результате распределения и объединения труда называется обществом (Мизес, 2000). Следуя логике Л. Мизеса, можем прийти к выводу, что общество – феномен, возникший в результате необходимости согласованности общественной деятельности или сотрудничества (взаимодействия) личностей, поскольку без этого их деятельность не могла бы стать человеческой. А на ранних стадиях развития общества без общественных связей невозможно даже физическое существование отдельной личности.

Таким образом, характер общественного раскрывается через определение форм общественной деятельности людей, поскольку общество рассматривается в общей трактовке как совокупность человеческих индивидуумов, которые объединились, как считал Аристотель, для удовлетворения "социальных инстинктов", или, по трактовке Т. Гоббса, Ж. Ж. Руссо (Геец, 2014), с необходимостью контроля своих действий, в составе которых есть и экономическая деятельность. Экономика – это только часть социальной системы, которая в широком смысле включает в себя все общественные отношения, образующие ряд специфических систем (подсистем). Каждая из таких систем в обществе в соответствии с потребностями (и интересами) реализует и такие функции, как: экологическая (часть природы, условия возникновения и воспроизводства людей); демосоциальная (демография и социальная функция – процесс воспроизводства людей как биосоциальное существо); экономическая (производство, распределение, обмен, потребление материальных благ); политическая (производство, распределение, обмен, использование власти – порядка); духовная (производство, распределение, обмен, потребление духовных ценностей); психологическая, сознательной субъективности (производство, хранение, использование и развитие потребностей, чувств, знаний, убеждений и т.п.) (Соколов, 2003).

Общество в целом и как совокупность его социальных систем, каждая из которых выполняет в обществе свои функции, взаимодополняют, взаимодействуют и развиваются во времени и пространстве. Общественное развитие, как и развитие его отдельных подсистем, в том числе и экономическое развитие, имеют ограниченные возможности в случае, если усвоение действительности как результат социализации ограничено статичностью социализации как реального процесса. При таких условиях результат остаётся неизменным, поскольку в социализирующейся личности отсутствуют навыки видеть усвоение как результат развития личности.

Социализация в реальности как социально-психологический способ воздействия на сознание личности является процессом формирования, передачи, усвоения и накопления возможностей как сознательной, так и подсознательной жизнедеятельности, взаимоотношений и взаимодействия людей, включая развитие талантов, способных

генерировать не только ноу-хау, где образование и наука играют ключевую роль, а и социальные инновации, которые в дополнение к ресурсам трудового и человеческого капиталов и соответствующих им технологических достижений формируются и мобилизуются как нематериальные активы, как источники экономического роста.

Развитие общества как социальной системы, по аналогии экономического развития, – это процесс, связанный с социальным сознанием, в котором социальные инновации как своеобразные ноу-хау, которые в своей массе не патентуются, но одновременно являются нематериальными активами, которые влияют на экономическое развитие. Социальное сознание общества как социальное сознание личности характеризует социальную действительность, отражающаяся в первую очередь в психике человека, которая тоже является результатом его социализации. Последнее происходит соответственно в процессе взаимодействия общества и индивида, поскольку "... взаимодействие общества и индивида (личности. – В.Г.) как процесс социализации передаёт с помощью этого процесса, а индивид усваивает и преобразует нормы, ценности и образцы поведения. Воспроизведение социального происходит в фактическом единстве традиций и инноваций" (Богданова, 2009. С. 70–71). Как результат, в сознании формируется "другой" – и это, по Дж. Миду, решительная фаза социализации. Другой, то есть не такой, как был до этого. Тем самым уже и социальность не воспринимается такой, как была до этого.

Такой алгоритм функционирования и переформатирования социального и в обществе, и в государстве, и в экономике происходит благодаря сформированному "другому", который как индивид, по Г. Тарду, пытается творить и изменять социальность на основе сгенерированных им социальных инноваций как отклонений от строгого повторения ранее усвоенных норм и ценностей. В итоге это означает, в конце концов, социальную эволюцию в целом.

Каждая инновация имеет свои плюсы и минусы, может даже казаться ошибочной, а в долговременном отношении может оказаться и полезной, и долговечной. В итоге макрорезультаты приобретают необратимый характер. Это означает, что свободу для социальных инноваций надо культивировать путём расширенного пространства для экспериментирования и предусмотреть как ресурсы для компенсации последствий неудачных инноваций, так и ресурсы для их накопления и использования в качестве актива для развития, в том числе экономики.

Относительно содержания социального взаимодействия и эволюции Ю. Хабермас писал, что "под давлением подвижных (благодаря дискурсивным традициям и самостоятельно наработанным нормам (личности. – В. Г.)) формируется управляемое принципами моральное сознание, которое изменяет и образец социализации" (Хабермас, 1992).

Образец социализации меняется благодаря социальным инновациям личности, сложившейся в образе «другого», сознание которого изменилось в ходе эволюции, и который благодаря этому не совер-

шает повторения усвоенного и не использует для этого все имеющиеся ресурсы, а имеет возможность благодаря созданным или поддерживаемым государством бизнесом или гражданскими институтами условиям культивировать личную деятельность, которая поддерживала бы динамизм в системе коллектива (группы) и т.п. Как результат, растёт продуктивная деятельность.

Таким образом, в нашем случае речь идёт не о социальных инновациях, генерируемых в частности такими субъектами, как государство, бизнес или гражданское общество, которые разрабатываются и реализуются за счёт тех или иных взносов. Мы отдаём предпочтение тем социальным инновациям, которые продуцирует субъект социализации в процессе постоянной жизнедеятельности. Эти инновации, повторяясь, имеют социально-психологическую природу воздействия на сознание и, как правило, не несут в себе нагруженных формализованных, то есть патентованных, а проявляются прежде всего в противоречиях и способах их решения.

Родившийся человек, по Дюркгейму, асоциальный и эгоистичный, а вся его дальнейшая жизнь – это социализация, которая сначала носит так называемый первичный, а затем и вторичный характер. В истории общественное развитие зависело от общественного сознания типов человека, которые формировались в результате социализации, и также от эпохи, в которой функционировало общество и имело место экономическое развитие как часть развития социальной системы.

Процессы социализации, как и социальные инновации, по содержанию и объёму намного глубже и шире, чем знания, полученные в образовательном процессе, и имеют и отрицательный, и положительный смысл. Избавиться от негативных последствий в них просто так невозможно, но естественный отбор наладил механизмы их отторжения, хотя это часто связано с потерями, поэтому в реальности хорошо иметь компенсационные механизмы от последствий неудачных социальных инноваций. Такая задача достаточно сложная для системы управления, поэтому часто используют подходы, используя исторические аналоги, опыт других и т.п.

Социальность, социализация и социальные инновации

Эдвард Вильсон, рассматривая содержание социальности для 17 так называемых социальных видов, доказывает, что группы, в которые объединены члены того или иного социального вида, потенциально являются наиболее сложным уровнем общественной организации, и "когда группы "личностей" одного вида переходят к конкуренции, происходит отбор голов среди участников групп, что стимулирует социальную эволюцию естественного отбора ... важнейшим стимулом социальной эволюции была конкуренция между группами. ... В процессе эволюции разума проявилась кооперация и альтруистическое поведение на благо групп в целом. Социальный интеллект стал одним из важнейших качеств человека" (Уилсон, 2015).

Формирование, развитие и распад группы в результате группового отбора был, есть и остаётся едва ли не важнейшей социальной

инновацией, которая формировала и развивала экономическое и социальное взаимодействие и в обществе, и в государстве, и в экономике. Формирование социального интеллекта группы происходило в результате социализации, которая отражает процесс развития социальных отношений в морально-психологическом плане, формируя чувство общей цели, достижение которой реализуется через развитие позитивных социальных связей у членов группы, и торможение в случае социальных связей негативного содержания. В качестве примера социальных связей негативного содержания можно рассматривать заговор нескольких лиц против других в отдельно взятой группе, или заговор одной группы против другой. Такой заговор – тоже своеобразная социальная инновация, но, как правило, с негативными последствиями.

Собственно, сам интеллект проявился наиболее отчётливо как результат формирования так называемого социального времени, которое начало появляться в группах в результате разделения труда, когда появилась возможность "... рассказывания историй, очень важных для получения и сохранения знаний о людях за пределами стоянки, скорее всего, существовал мощный социальный отбор по признакам способностей к лингвистическим манипуляциям для передачи знаний и эмоций" (*Boardman, Domingue, Fletcher, 2012*). Возможность и способность участника группы рассказывать истории является примером социальных инноваций, а процесс, в результате которого происходила передача знаний и эмоций, уже носил характер социализации группы. Социальная эволюция приводит к формированию новых человеческих социальных моделей, среди которых процесс формирования групп был одной из социальных инноваций фундаментального характера, которые стали результатом процессов социализации, в частности, в достаточно ранних периодах истории человечества.

Социализация как таковая в научный оборот была введена во второй половине XVIII века Ф. Гиддингсом, который социализацию связывал с развитием социальной природы индивида и подготовкой его к социальной жизни (*Giddings, 1897*). В разработанной им теории социализации последняя рассматривалась как социальное принуждение или процесс приспособления индивида к требованиям общества. Ф. Гиддингс в своей теории социализации заложил ряд основных понятий, которые отвечали модели субъект-объектного подхода, а развитие его в соответствующей модели связано с именем Э. Дюркгейма. В частности, понятие социализации процесса он связывал с давлением "... социальной среды, которая стремится сформировать его (подростающее поколение. – В.Г.) по своему образцу" (*Дюркгейм, 1899. С. 12–13*).

Интенсивное развитие исследований по проблемам социализации было осуществлено в середине XX века американскими психологами и социологами Р. Парком, Дж. Доллардом, Р. Кильманом и др. Эти, как и другие, исследования и разработки понятия "социализации" в научной её трактовке были оформлены как самостоятельная область исследований (*Соломатина, 2010. С. 118–120*), в том числе не только в социологии, педагогике, психологии и т.д., но и экономике,

политике, религиоведении и других научных специальностях, в том числе искусственном интеллекте и робототехнике.

Наиболее перспективным, с нашей точки зрения, является исследование Ч.Х. Кули и Дж. Г. Мида, поскольку их разработки проблем социализации личности в целом связаны с процессами взаимодействия индивида и социальных групп. Формирование группы как социальной инновации исторически было результатом фундаментального характера, благодаря чему имело место появление социального времени как такового, а взаимосвязанность "Я" и "социальной группы" как таковой носит феноменологический характер.

Последнее утверждение является результатом того, что в социальной деятельности "... ассоциация (группа. – В.Г.) следует закону разделения труда, и если в свое время единственная ассоциация охватывала всего человека, то в наше время тысячи ассоциаций берут ... отдельные моменты нашей жизни. Это счастливое изменение, очень выгодное для свободы, поскольку другая ассоциация не могла бы достигать своих истинных целей, которые стоят на службе человека, ... в приумножении его сил, а не в их поглощении. ... во всякой ассоциации, поскольку в мире нет ни одной ассоциации, которая не была бы обязана своим возникновением деятельности и веры в неё одного или нескольких индивидов, и которая могла бы существовать и процветать иначе, как благодаря верности и постоянству одного или многих её членов" (Жид, 2020).

Таким образом, ассоциация и индивид органично взаимосвязаны, при этом социальная инновация, которая формируется соответственно в процессе социальной эволюции, является результатом социальных инициатив (действий отдельных личностей, стоящих за ними). Социальная инновация, по Торезу, которая обеспечивает социальную эволюцию, является результатом отклонения от строгого повтора в субъект-субъектной модели социализации вопреки субъект-объектной модели, в частности Дюркгейма. Согласно последней, происходит приобщение индивида к общественному или групповому сознанию, поскольку человек, как выше указывалось, после рождения асоциальный, а его эволюция в течение жизни – это социализация, в процессе которой усваиваются и развиваются правила и нормы поведения и генерируются социальные инновации. Вышеуказанное позволяет автору рассматривать социальную инновацию, которая сгенерирована личностью, как имеющую признаки уникальности и может быть использована в качестве нематериального актива для подъёма продуктивной деятельности.

Выдающаяся роль социальных инноваций в эволюции определяется также и тем, что, согласно позиции немецкого филолога и социолога Ю. Хабермаса, автора практической теории социализации (Habermas, 1987), социализация личности в одной части его сознания обеспечивает ей деятельность в обществе благодаря усвоению общественного сознания, а в другой части позволяет личности иметь дистанцию от устоявшихся норм и ценностей и благодаря критическому переосмыслению самоутвердиться и реализовываться, используя для этого инновацию как нематериальный актив развития.

Именно в процессе самоутверждения, то есть формирования «иного», происходят те отклонения от установившегося, благодаря которым формируются социальные инновации общественного значения, которые собственно приумножают силы и тем самым достигают и свободы, и полезности для себя, и в служении ассоциации, членом или учредителем которой есть личность, что инициирует отклонения от установившегося. Вышесказанное соответствует и содержанию социальной инновации, как её понимал Г.Тард, и значению ассоциаций как социальных инноваций, что особенно важно, поскольку они приумножают силы, на что обращал внимание Ш. Жид.

В целом социализация по своим последствиям может быть как успешной, так и такой, когда в результате формируется асоциальное поведение и проявляются негативные последствия. По доводам П. Берга и Т. Лукмана, родившийся индивид только склонен к социальности путём его социализации (*Бергер, Лукман, 1995*). Успешной же будет та социализация, которая предполагает "... активную адаптацию человека к изменяющимся условиям, воспроизводство социальных норм и культурных ценностей, а также их преобразование на основе инноваций" (*Ковалёва, 2003*), носящих характер как физических, так и социальных в выше указанном нами смысле.

Индивид, который прошёл успешную социализацию, не воспринимает социальность как только нормированную реальность, а на основе им же инициированных отклонений изменяет прежде всего групповую социальную реальность. Групповая идентичность является первичной из институциональных форм, обеспечивающих инклюзию индивида в социум (общество), и непрерывно развивающейся благодаря социальным инновациям (*Жид, 2020*). Будущее не детерминировано, поэтому именно благодаря механизмам социализации и социальным инновациям формируется реальность общества, а соответственно и экономики, и государства, которые должны дать ответ на вызов современной мировой системы, в которой "... повреждённый рыночным фундаментализмом капитализм может не пережить современного исторического витка, если не изменит своей сущности, то есть ценностной системы ..." (*Колодко, 2020*), что во времени и в пространстве может достигать и общественных границ в целом. Социальные инновации особенно в таких условиях играют важную роль, поскольку на уровне личности могут возникать различные девиации в поведении отдельного человека.

Поскольку социализация является системой коммуникационного взаимодействия общества и индивида¹, то "... социализация ... также контролирует и новый мир, который устанавливается договором ... (общественным. – В.Г.). Следовательно, как "новичок", так и агенты социализации становятся субъектами контроля социальной власти" (*Сикорская, 2009. С. 13*). И не только контроля, но и развития системы управления в целом.

Ответ на вызов, сформированный современным кризисом капитализма, который, как пишет Г. Колодко, ссылаясь на еженедельник

¹ The International encyclopedia of education: research and studies. Oxford; New York: Pergamon Press, 1985. P. 4664.

The Economist, работает не так хорошо, как должен², надо искать рядом с использованием такого методологического феномена, как экономика Нового прагматизма, отличающегося от предыдущего прагматизма, сформированного ещё в XIX столетии (Kolodko, 2008), и методами социализации, которые не только обладают способностью как стихийного, так и организованного воспитания личности, но и формируют её активную позицию жизнедеятельности, осуществляемую то ли в группе, то ли в обществе в целом (Кон, 1967). Благодаря этому развивается сознание личности и обеспечивается деятельность в обществе, что даёт основания при условии активизации процессов социализации добиваться успехов и в преодолении последствий кризиса.

Феномен социализации как процесс усвоения личностью норм и ценностей жизнедеятельности в обществе, несмотря на продолжительность исследований, не имеет окончательно сформулированных понятий устойчивого характера, а скорее определяется многообразием взглядов и соответствующих теоретических разработок в рамках субъект-объектного и субъект-субъектного подходов. Выше мы уже говорили о важности и перспективности последнего, поскольку в его рамках возникают проблемы общественных трансформаций и трансформаций институтов под влиянием процессов социализации. Личность, приобщаясь или к общественному, или коллективному сознанию, активно меняет и то, и другое. Существует определённая социальная дистанция в понимании господствующих общественных норм, но, имея в запасе механизмы влияния, в частности, с одной стороны, возможность сознательного самоизменения, а с другой – "... заполнения трат, обусловленных жизнью: создать живые тела вместо мёртвого механизма, подчинённого воле чиновников" (Кропоткин, 1922), личность способна избавиться от государственности самосознания.

В развитии самосознания личности участвует коллектив, поскольку функционирование коллектива как такового в целом обеспечивает процессы притока к его членам неурегулированных знаний, имеющих свойство непрерывно накапливаться в соответствии с деятельностью каждого из его членов. Вследствие естественной способности последние сохраняли дистанцию, на наличие которой указывал Ю. Хабермас, и тем самым инициируется социальная инновация. К тому же "чем больше размер группы, тем чаще вокруг неё возникают инновации. Знание общины деградирует медленно, а культурное многообразие сохраняется полнее и дольше ... размер группы и сложность культуры взаимоусиливают коэволюцию (то есть эволюционное взаимодействие индивидов, которые, социализируясь, определяют эволюцию группы, члены которой взаимообусловлены в процессе её функционирования и развития. – В.Г.) наследственности и культуры" (Уилсон, 2015). Сказанное выше даёт все основания считать такие инновации тоже исключительными.

Таким образом, социализируется не только личность, но и общество, государство. К тому же социализация является не только

² Big business is beginning to accept broader social responsibilities. *The Economist*. Aug 24th 2019. URL: <https://www.economist.com/briefing/2019/08/22/big-business-is-beginning-to-accept-broader-social-responsibilities?frsc=dg%7Ce>

процессом, но и одновременно способом овладения социальным смыслом жизнедеятельности, где социальным институтом выступает совокупность общественных привычек, передаваемых из поколения в поколение, меняющихся в зависимости от обстоятельств и служащих орудием приспособления к ним (Кропоткин, 1922).

Доминирование групповых форм организации взаимодействия в обществе в течение исторически измеренного времени определяло процессы и соответствующие модели социализации в обществе в целом согласно историческим эпохам. "На протяжении истории развития европейская цивилизация последовательно характеризовалась изменениями нескольких типов социализации личности. Так, модель копирования доминировала в первобытной культуре, имитация в эпоху Античности, познания в средние века, а моделирование характерно для Нового времени. Социализация в классические периоды развития европейской цивилизации отличается стабильностью и стойкостью. Здесь действовала ... модель социализации, направленная на коллективизм" (Парунова, 2012). И соответственно социализация во времени и пространстве путём развития коллективных форм меняла своё влияние на общественное развитие, что собственно соответствует субъект-субъектной модели, где как один субъект определяют коллективные формы организации, а другой – социум (общество). Эта модель социализации со временем усиливала влияние на общественное развитие. В то же время современность не оставляет этот вывод как таковой, что в перспективе будет доминировать. В условиях современного информационного общества социализация личности ограничивается "цифровой диктатурой", ставящей на повестку дня проблему социализации цифровых технологий.

Сетевая экономика порождает и свои специфические риски. Наличие асимметричной информации в пользу центральных агентов за счёт периферийных игроков способствует превращению сети в довольно жёсткую иерархическую структуру. Рост сложности сети ведёт к увеличению числа неточностей и ошибок в оценке системных рисков (Karpf, Mandel, Battiston, 2019; Розанова, 2019). Сказанное означает, что цифровизация способствует актуализации субъект-объектной модели социализации, в условиях которой формирование свободы личности становится всё более нормированным.

Цифровизация деятельности фирмы ведёт к трансформации в направлении формирования её как отдельной составляющей цифровой системы, в которой работники действуют достаточно часто в автономном режиме работы, требующем гибких форм управления и организации, а также переформатирования последней в мобильную структуру (Yang, Nam, Kim, 2017) – мобильный офис, в котором повышается степень контроля за деятельностью отдельного сотрудника, хотя это и порождает проблемы, связанные с сокрытием информации, трудностями с высокопроизводительными каналами связи, оценкой эффективности внедрения, коррупционными составляющими. В то же время мобильная форма офиса позволяет расширять возможности применения новых знаний из смежных видов деятельности, а значит, и расширение возможностей экономики знаний (Розанова, Варивода,

2018). К тому же повышается эффективность его деятельности благодаря внутренней модели (Johanson, Janhonen, 2011).

Новая реальность ведения бизнеса в условиях онлайн-коммуникаций меняет содержание и формы социализации и каждого из её сотрудников, а значит, и социализацию развития экономики, которая, как выше утверждалось, зависит от состояния сознания, которое из режима социально-психологического трансформируется в цифро-психологический вид.

Социализация в экономике

В части анализа содержания вопросов, характерных процессам социализации в экономике, существует ряд подходов. В частности И. Пичурин пишет, что под "социализацией мы будем понимать усиление влияния общественных институтов на сферу производства и распределение благ» (Пичурин, 2018). Если отталкиваться от такого определения, то среди общественных институтов, реально имеющих возможность влиять на сферу производства и распределения благ, особую роль играет государство.

Рассмотрим трансформацию роли государства в управлении экономикой относительно влияния на сферу производства и распределения благ для условий экономики, функционирующей в рыночных условиях, которые непрерывно соответственно трансформируются в том числе и под влиянием процессов социализации. Важно в этой части проблем социализации обозначить субординированные формы социализации в рыночной экономике. Основополагающим процессом социализации в экономике является социализация капитала как необходимая форма увеличения доходов путём развития способностей человека к жизнедеятельности, что является также и функцией социализации, и его возможностей, и заинтересованности к повышению производительности труда. Существует очень широкий спектр направлений, благодаря которым бизнес социализирует свою деятельность в указанных целях, способствуя накоплению социального капитала производственной организации, поскольку отдельно взятая организация – это "... социальный центр, источник ценностей и моральных норм, гарантия сохранения ценностей и организационной культуры" (Клок, 2004), которая усваивается и реализуется благодаря социализации, что позволяет в организации видеть форму неощутимого богатства (Бодди, Пэйтон, 1999), являющегося нематериальным активом, способствующим повышению доходов.

Важно отметить, что среди социально-психологических способов социализации капитала в соответствии с указанной его ролью есть развитие такой формы найма на работу, как участие наёмного работника в доходах. Такая модель найма на работу, в случае её реализации, мотивирует на социально-психологическом уровне именно к заинтересованности в повышении и продуктивности деятельности, и увеличении собственных доходов, и соответствующих доходов этого бизнеса.

К другим общественным институтам, влияющим на сферы производства и распределения благ и являющимся социально значимыми формами взаимодействия населения, благодаря деятельности кото-

рых имеют место процессы социализации, принадлежат в первую очередь местные общины. Последние активно вовлечены, с одной стороны, к процессам социализации граждан, а с другой – к решению важных социально-экономических проблем и предоставления социальных услуг всем слоям населения, в том числе в процессах развития территорий.

Далее идут общественные (негосударственные или неправительственные) организации, которые всё в большей степени становятся почти равноправными партнёрами государственных структур. Не менее важную роль в этих процессах играют профессиональные союзы, особенно в процессе социализации граждан, в частности тех, кто работает на производстве и благодаря деятельности которых обеспечивается процесс трудовой деятельности коллектива и процесс, связанный с оплатой труда работников. Особенно активна их роль в крупной промышленности и, в частности, на предприятиях, принадлежащих государству.

Далее следуют социальные службы, которые, имея должное финансирование, способствуют развитию широкой сети учреждений, способных оказывать услуги на высоком уровне. Это с одной стороны. А с другой – действуя согласно философии "помогая каждому человеку, помогать себе", социальные службы потенциально расширяют круг людей, способных, получив помощь, включиться в процесс активной деятельности, в том числе как трудовой, так и предпринимательской, поскольку социальные службы, как и центры реабилитации, действуют в среде маргинальных групп населения, которые последовательно интегрируются в трудовую деятельность (Геець, 2020).

Социализация в экономике, в частности капиталистической, в своём историческом развитии имела в XX веке несколько принципиально важных этапов. Речь идёт прежде всего о развитии социально-ориентированной рыночной экономики как феномена послевоенного развития, в частности экономики европейского континента, но не только. Характерно, что для лидера западной капиталистической системы США во второй половине XX века тоже стали характерными процессы социализации. Это связано с реализацией политики Великого общества правительством Линдона Джонсона, начатой в 1964 году³. В результате политики Великого общества было достигнуто так называемое меньшее уродство капитала США.

Политика Великого общества США реализовывала в то время самый масштабный набор социальных программ, начиная с гражданских прав, войны с бедностью, образования, здравоохранения, искусства и СМИ, окружающей среды, жилья и градостроительства, защиты прав потребителей, иммиграции. Как результат, принятие и реализация политики Великого общества США позволило почти в 1,5 раза ускорить среднегодовой темп экономического роста в долгосрочном отношении в период 1966–1985 гг. по сравнению с периодом 1945–1965 гг. (см. таблицу).

³ Evaluating the success of the Great Society (Оценка успеха Великого общества). [https://www.washingtonpost.com/wp-srv/special/national/great-society-at-50/\(20.04.2020\)](https://www.washingtonpost.com/wp-srv/special/national/great-society-at-50/(20.04.2020)).

Таблица

**Среднегодовые темпы роста объёмов реального ВВП США
на душу населения (ценах 2011), %**

Страна	1945–1965	1966–1985
США	1,5	2,2

Источник: рассчитано по данным Maddison Project Database (MPD) 2018. The University of Groningen. Groningen Growth and Development Centre. Faculty of Economics and Business. URL: <https://www.rug.nl/ggdc/historicaldevelopment/Maddison/releases/Maddison-project-database-2018>.

Социализация экономики капиталистической системы во второй половине XX века в целом связана с развитием институтов государства благосостояния, которое реализовало политику, направленную на борьбу с бедностью, неравенством и обеспечением защиты социальных прав беднейших слоёв населения через социальную рыночную экономику и социальное государство. Последнее имело для своего времени ряд характерных признаков социальных инноваций макроэкономического характера. Параллельно развивалось и корпоративное социальное соответствие, которое вышло далеко за рамки чисто либерального подхода, в частности относительно роли уплаты налогов как основной идеологемы в социализированном содержании либеральной модели рынка. В этой модели рынка социальность трактовалась как такая, которая обеспечивается уплатой налогов и тем самым уже выполняются социальные обязательства бизнеса перед обществом и государством. В реальности ограниченность такого подхода обусловила её расширение путём формирования и реализации идеологемы повышения корпоративной социальной ответственности. В результате бизнес расширил свои обязательства по выполнению социальных стандартов, в том числе и в обеспечении охраны окружающей среды.

Во временном пространстве возможности социально ориентированного рынка, социального государства и социальной корпоративной ответственности как социальных инноваций второй половины XX века, которые несли запас социальной негэнтропии развития, до определённых пределов исчерпались, а капитал со своей стороны, одержав победу, углубил неравенство в глобальном масштабе, разбалансировав экономическое, экологическое и социальное взаимодействие.

Государство благосостояния как социальная инновация было сформировано на преодоление социального неравенства и достижение социальной стабильности путём сокращения масштабов бедности. Как идеология и политика, оно было реализовано во многих странах мира, достигнув в итоге и экономического роста, и повышения уровня благосостояния широких масс населения, получив при этом специфическую модель социализации населения, поскольку была воспринята и стала привлекательной для широкого круга населения страны. К тому же как идеологема социального государства (государства благосостояния) она была использована и законодательно закреплена в конституциях многих стран с переходной экономикой и обще-

ством, которое трансформируется на рыночных принципах с демократическим устройством.

Кое-где государство благосостояния воспринималось не только бедной частью населения, что понятно, поскольку "... правительство принимало на себя принципиальную ответственность за обеспечение социальных потребностей его граждан"⁴, но и части населения, принадлежащей к бизнес-элите, поскольку государство благосостояния – это мощный и стабилизатор, и стимулятор роста экономики. Поскольку с этим спектром последствий развития государства благосостояния всё достаточно понятно, то с последствиями, связанными с вызовами для государства благосостояния, и влиянием на социализацию как процесс, который формирует поведение населения, далеко не всё однозначно.

Государство благосостояния, повлияв на сознание населения в силу присущих ей процессов социализации, формировало со своей стороны развитие потребительских настроений среди населения и феномен социального преимущества как философии поведения, которое характерно обществу потребления, а потребительство (консюмеризм) как смысл жизнедеятельности. В итоге, по выводам А. Долгина, наряду с так называемой "первой рукой" Адама Смита сформировалась "вторая рука" рынка. В первой доминируют цели, спрос, предложение, а во второй – коммуникации, работающие при помощи как будущих, так и символических рынков, которые характерны обществу потребления. "Первая рука" – управляет оборотом товаров и услуг, а "вторая рука" – отвечает за регулирование клубов и отношений (Долгин, 2010).

Таким образом, социальная инновация в виде коллектива развивается дальше в так называемую клубную, формируя экономику клубов, где коммуникации переформировались в способы социализации по клубным интересам, где коммуникация, которая реализует способ социализации, имеет также характер социальной инновации. В результате такой социализации развивается, как пишет А. Долгин, так называемая экономика клубов путём отражения в сознании людей знаний, имеющих культурно-символический характер. Разнообразие клубов, учитывая, что за ними, как писал Ш. Жид, обязательно стоит личность или отдельная группа, генерирующая социальную инновацию, результатом которой и пользуется тот, кто её сгенерировал. Можно ожидать, что со временем практика и экономическая наука разработают всё необходимое для того, чтобы такие инновации патентовались, поскольку они имеют в своей основе носителя, который сгенерировал социальную инновацию и пользуется её результатами, что носит характер нематериального актива, выступающего в форме навыка.

В конечном итоге социальная инновация в виде государства благосостояния исчерпала возможности влияния на ускорение экономического роста, и в условиях кризисных явлений в экономике на повестке дня стала задача, с одной стороны, сокращения социальных расходов, а с другой – начали расширяться способы социализации за

⁴ См. словарь: Webster's Desk Dictionary of the English Language. 1990.

счёт участия в социализации наряду с государством и рынком так называемых институтов гражданского общества. Участие последних предусматривает расширение способов социализации граждан за счёт формирования в них, особенно во время "вторичной социализации", способности к накоплению опыта их деятельности в гражданских институтах, которые стали рассматриваться как «новая форма управления: неоднородного, многочисленного, связывающего отдельные личности, семьи и всё остальное ... культурного сообщества, состоящего из отдельных личностей и граждан" (Rose, 1996). В таком подходе к триумvirату деятельности государства, рынка, гражданского общества вторичная социализация должна получить толчок к изменению в способах социализации, поставив на повестку дня проблему изменения способов массового поведения на основе новых социальных инноваций, отражающих новое социальное качество личности, в которой последнее имеет возможность самореализоваться как в социуме, так и в государстве.

Наряду с указанным, государство от социального начало трансформироваться в направлении патерналистского, а бизнес ответил, по Дж. Стиглицу, тем, что вернул порочную политику углубления неравенства, что в свою очередь обострило проблему стабильности, перереформативав её в современный феномен нестабильности, в условиях которой обострилась проблема поиска путей обеспечения экономического развития и на его основе экономического роста.

В новых условиях так называемой "новой нормальности" развития экономики средний класс как мощный инициатор инновационного развития экономики на основе технологических и социальных инноваций начал снижать свой удельный вес в структуре населения, углубляя расслоение общества с одновременным распространением, с одной стороны, влияния " сетевого пространства" на личность, а с другой – непосредственного участия такой личности в нём. Примером такой инновации является Facebook как социальная сеть, который выглядит довольно специфично и требует отдельного рассмотрения уже за пределами этой статьи. Такая инновация, также являющаяся своеобразной социальной инновацией, формирует новую реальность. В ней, то есть в новой реальности "... новое единство человечества формируется "сетевым путём", который показывает, как индивид распределяет свою активность, как проявляет чувствительность к изменениям на глобальном рынке. Сетевое взаимодействие внушает и навязывает индивиду образовавшуюся практику – формы субъективации, находя и демонстрируя новые приоритеты, в число которых могут быть отнесены лабильность, флексибельность, мобильность, многоролевое и многофункциональное поведение, разнообразие и доступность связей, инициирование проектов, напряжённые режимы конкуренции. ... современный быт охвачен "сетью институтов" и социальных связей, которые демонстрируют свой принудительный, контролирующий и иногда репрессивный характер. Сетевая логика обязывает самого человека ...

Есть ли перспективы у личности сохранить свою уникальность и индивидуальность в эпоху глобализма, или унификация – это мега-

тенденция современных глобальных трансформаций"? (Лешкевич, 2017). Вопрос риторический. Такая мегатенденция является социальной инновацией, унифицирующей личность, нормируя её и тем самым сужая возможность для самореализации, что существенно актуализирует, с одной стороны, проблему социализации как таковой, а с другой – дальнейшее развитие экономики с ограниченными возможностями трудоустройства и всё более расширенное промышленное производство с использованием трудосберегающих цифровых технологий.

Литература

1. Бергер П., Лукман Т. (1995). Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. Москва: Медиум. 323 с.
2. Богданова В.В. (2009). Траектории социализации как социологический феномен. *Знание. Понимание. Умение*. №1. С. 70–71. URL: <http://www.zpu-journal.ru/zpu/contents/2009/1/Bogdanova/12.pdf> [26.IV.2020].
3. Бодди Д., Пэйтон Р. (1999). Основы менеджмента. Издательство: [Питер-Юг](#), 816 с.
4. Геец В.М. (2014). Общество, государство, экономика: феноменология взаимодействия и развития. 2-е изд. Москва: Экономика. С. 17–134.
5. Геєць В.М. (2020). Феномен нестабільності – виклик економічному розвитку / ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України». Київ: Академперіодика. С. 178–258. <https://doi.org/10.15407/akademperiodyka.403.456>
6. Долгин А.Б. (2010). Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка. Москва: АСТ. 256 с. https://doi.org/10.1007/978-3-642-21277-2_2
7. Дюркгейм Э. (1899). Метод социологии. Киев – Харьков: Ф.А. Иогансон. С. 12–13.
8. Дюркгейм Э. (1914). Социология и теория познания. *Новые идеи в социологии*. Сб. 2. Санкт-Петербург.
9. Жид Ш. (2020). Возникновение и развитие социальной экономики в XIX веке. *Экономист*. № 1. С. 51–52.
10. Клок К., Голдсмит Дж. (2004). Конец менеджмента и становление организационной демократии. Санкт-Петербург: Питер. С. 151.
11. Ковалева А. И. (2003). Концепция социализации молодежи: нормы, отклонения, социализационная траектория. *Социологические исследования*. № 1. С. 109–115 URL: http://ecsocman.hse.ru/data/564/191/1217/013-Kovaleva_Ax2cl.pdf.
12. Колодко Гж. В. (2020). Економіка нового прагматизму: тотожність, мета, методи. *Економіка України*. № 2. С. 9. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2020.02.003>
13. Кон И. С. (1967). Социология личности. Москва: Политиздат. 383 с.
14. Кропоткин П. А. (1922). Взаимная помощь среди животных и людей, как двигатель прогресса. Москва: Голос труда. XIII. 342 с.
15. Лешкевич Т. Г. (2017). «Глобальный модерн» и новое понимание субъектности. *Век глобализации*. Выпуск №3 (23). С. 31–42.
16. Мизес Л. (2000). Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории. Москва: Экономика. С. 135.
17. Парсонс Т. (2000). О структуре социального действия. Москва: Академический Проект. 880 с.
18. Парунова Ю. Д. (2012) Социализация личности на рубежах исторических эпох. *Культура народов Причерноморья*. № 230. С. 88. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/46105/24-Parunova.pdf?sequence=1> (18.04.2020)

19. Пичурин И. И. (2018). Социализация и глобализация мировой экономики. Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ. С.138, 148.
20. Портер М. (2005). Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. Москва: Альпина Бизнес Букс. С. 43.
21. Розанова Н. (2019). Эволюция фирмы в условиях цифровой экономики. *Мировая экономика и международные отношения*. Том 63. № 8. С. 22. DOI: 10.20542/0131-2227-2019-63-8-21-28
22. Розанова Н. М., Варивода И. А. (2018). Менеджмент в XXI веке: к гибким формам управления и организации. *Вестник института экономики РАН*. № 3. С. 78–89.
23. Сикорская Л. Е. (2009). Добровольческая деятельность как сфера социализации молодежи. Москва. С. 13.
24. Соколов С. В. (2003). Социальная философия. Москва: ЮНИТИ-ДАНА. 440 с.
25. Соломатина С. Г. (2010). Краткий обзор проблемы социализации в исследованиях зарубежных учёных. *Мир науки, культуры, образования*. № 5(24). С. 118–120.
26. Хабермас Ю. (1992). Демократия. Разум. Нравственность: лекции и интервью. Москва, апр. 1989 г. Москва: Наука. 176 с. (Философы современного мира: лекции в ин-те философии АН СССР).
27. Boardman, J. D., Domingue B. W., Fletcher J. M. (2012). How social and genetic factors predict friendship networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences, USA* 109 (43): 17377–17381. <https://doi.org/10.1073/pnas.1208975109>
28. Becker G. S., Murphy K. N., Tamura R. F. (August 1990). Human Capital, Fertility, and Economic Growth. Working Paper N3414. *National Bureau of Economic Research*. 1050 Massachusetts Avenue. Cambridge, MA 02138. <https://doi.org/10.3386/w3414>
29. Giddings F. H. (1897) The theory of socialization. *A Syllabus of Sociological Principles*. New York / London: Macmillan.
30. Habermas J. (1987). The Theory of Communicative Action. Lifeworld and system: a critique of functionalist reason. Boston. Beacon Press. Vol. 2. 463 p.
31. Johanson J-E., Janhonen M. (2011). Role of knowledge conversion and social networks in team performance. *International Journal of Information Management*, 31(3). P. 217–225. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.06.007>
32. Karpf A., Mandel A., Battiston S. (2018). Price and Network Dynamics in the European Carbon Market. *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 153. P. 103–123. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2018.06.019>
33. Kolodko G.W. (2008). *Wędrujący świat*. Warsaw. Wyd. Pryszniński i S-ka [in Polish].
34. Rose N. (1996). The death of the social? Re-figuring the territory of government. *Economy and Society*. Vol. 25. № 3. <https://doi.org/10.1080/03085149600000018>
35. Yang S., Nam C., Kim S. (2017). The effects of M&As within the mobile ecosystem on the rival's shareholder value: The case of Google and Apple. *Telecommunications Policy*, 42(1). URL: <http://dx.doi.org/10.1016/J.telpol.2017.07.004> (2.V.2020).

Поступление в редакцию 06.12.2020.

References

1. Berger, P. L., Luckmann, T. (1995). The Social Construction of Reality. A Treatise on sociology of Knowledge. Moscow: Medium [in Russian].
2. Bogdanova, V.V. (2009). Trajectories of Socialization as Sociological Phenomenon. *Znanie. Ponimanie. Umenie. – Knowledge. Understanding*.

Skill, 1, 70-71. Retrieved 26.IV.2020 from <http://www.zpu-journal.ru/zpu/contents/2009/1/Bogdanova/12.pdf> [in Russian].

3. Boddy D., Payton R. (1999). *Fundamentals of management*. Publisher: Peter-South [in Russian].

4. Heiets, V.M. (2014). *Society, state, economy: phenomenology of interaction and development*. 2nd ed. Moscow: Economics [in Russian].

5. Heiets, V.M. (2020). The phenomenon of instability – a challenge to economic development / Institute for Economic Forecasting of NAS of Ukraine. Kyiv: Academic Periodicals <https://doi.org/10.15407/akademperiodyka.403.456> [in Ukrainian].

6. Dolgin, A.B. (2010). *Manifesto for a new economy. The second invisible hand of the market*. Moscow: AST https://doi.org/10.1007/978-3-642-21277-2_2 [in Russian].

7. Durkheim, E. (1899). *Method of sociology*. Kyiv – Kharkiv: F.A. Johanson [in Russian].

8. Durkheim, E. (1914). *Sociology and theory of knowledge. New ideas in sociology*. Sat. 2. St. Petersburg [in Russian].

9. Gide Ch. (2020). The emergence and development of the social economy in the nineteenth century. *Jekonomist – Economist*. №1. Pp. 51–52 [in Russian].

10. Cloke, K., Goldsmith, J.A. (2004). *The end of management and the rise of organizational democracy*. Saint Petersburg: Peter [in Russian].

11. Kovaleva, A.I. (2003). The concept of youth socialization: norms, deviations, socialization trajectory. *Sociologicheskie issledovanija – Sociological research*, 1, 109-115 [in Russian].

12. Kolodko, Gz. W. (2020). Economics of new pragmatism: identity, purpose, methods. *Economy of Ukraine – Economy of Ukraine*, 2, 9 https://doi.org/10.1007/978-3-642-21277-2_2 [in Ukrainian].

13. Kon, I. S. (1967). *Sociology of personality*. Moscow: Politizdat [in Russian].

14. Kropotkin, P. A. (1922). *Mutual assistance among animals and humans as an engine of progress*. Moscow: Golos truda. XIII [in Russian].

15. Leshkevich, T. G. (2017). "Global modernity" and a new understanding of subjectivity. *The Age of Globalization*, 3 (23), 31-42 [in Russian].

16. Mises, L. (2000). *Human Activities: A Treatise on Economic Theory*. Moscow: Economics [in Russian].

17. Parsons, T. (2000). *On the structure of social action*. Moscow: Academic Project [in Russian].

18. Parunova, Yu. D. (2012) Socialization of personality at the borders of historical eras. *Kultura narodov Prichernomorja – Culture of the peoples of the Black Sea region*, 230, 88 Retrieved from <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/46105/24-Parunova.pdf?sequence=1> (18.04.2020) [in Russian].

19. Pichurin I. I. (2018). *Socialization and globalization of the world economy*. Ekaterinburg: Publishing house of UMC UPI. Pp. 138, 148 [in Russian].

20. Porter, M. (2005). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Moscow: Alpina Business Books [in Russian].

21. Rozanova, N. (2019). Evolution of a Firm in a Digital Economy. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya – World economy and international relations*, 63: 8, 22 DOI: 10.20542/0131-2227-2019-63-8-21-28 [in Russian].

22. Rozanova, N.M., Varivoda, I.A. (2018). Management in the XXI century: towards flexible forms of management and organization. *Vestnik instituta jekonomiki RAN – Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences*, 3, 78-89 [in Russian].

23. Sikorskaya, L.E. (2009). *Volunteering as a sphere of youth socialization*. Moscow [in Russian].

24. Sokolov, S.V. (2003). *Social philosophy*. Moscow: UNITY-DANA [in Russian].

25. Solomatina, S.G. (2010). A brief overview of the problem of socialization in the studies of foreign scientists. *The world of science, culture, education*, 5 (24), 118-120 [in Russian].
26. Habermas Y. (1992). *Democracy. Mind. Morality: lectures and interviews*. Moscow, Apr. 1989 Moscow: Nauka. (Philosophers of the modern world: lectures in the Institute of Philosophy of the USSR Academy of Sciences) [in Russian].
27. Boardman, J. D., Domingue B. W., Fletcher J. M. (2012). How social and genetic factors predict friendship networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences, USA* 109 (43): 17377–17381.
<https://doi.org/10.1073/pnas.1208975109>
28. Becker G. S., Murphy K. N., Tamura R. F. (August 1990). Human Capital, Fertility, and Economic Growth. Working Paper N3414. *National Bureau of Economic Research*. 1050 Massachusetts Avenue. Cambridge, MA 02138.
<https://doi.org/10.3386/w3414>
29. Giddings, F. H. (1897) *The theory of socialization. A Syllabus of Sociological Principles*. New York / London: Macmillan.
30. Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action. Lifeworld and system: a critique of functionalist reason*. Boston. Beacon Press, 2.
31. Johanson, J-E., Janhonen, M. (2011). Role of knowledge conversion and social networks in team performance. *International Journal of Information Management*, 31(3). P. 217–225. Retrieved from
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.06.007>
32. Karpf, A., Mandel, A., Battiston, S. (2018). Price and Network Dynamics in the European Carbon Market. *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 153. P. 103–123.
33. Kolodko, G.W. (2008). *Wędrujący świat*. Warsaw. Wyd. Pruszyński i S-ka [in Polish].
34. Rose, N. (1996). The death of the social? Re-figuring the territory of government. *Economy and Society*, 25, 3.
<https://doi.org/10.1080/03085149600000018>
35. Yang, S., Nam, C., Kim, S. (2017). The effects of M&As within the mobile ecosystem on the rival's shareholder value: The case of Google and Apple. *Telecommunications Policy*, 42(1). Retrieved 2.V.2020 from
<http://dx.doi.org/10.1016/J.telpol.2017.07.004>

Received on December 6, 2020