

## MISCELLANEA

*Konrad Olesiewicz\**

# UŻYTKOWANIE SIECI SPOŁECZNOŚCIOWYCH A WZROST GOSPODARKI OPARTEJ NA WIEDZY

## WPROWADZENIE

Trudno nie przecenić istoty ekonomicznej koncepcji wzrostu gospodarczego dla zrozumienia dobrobytu i różnic jego poziomu w poszczególnych krajach. Dla zdecydowanej większości ekonomistów ogólnie pojęty „dobrobyt” będzie tożsamy ze wzrostem oraz aktualnym poziomem gospodarki, najczęściej wyrażanym w produkcie krajowym brutto (PKB) *per capita* (Kundera, 2004). Ekonomia jako gałąź nauki poczyniła w ostatnich dziesięcioleciach ogromne postępy, tworząc zaawansowane modele, które wniosły istotny wkład w rozumienie zachodzących procesów. Jednocześnie moc wyjaśniająca tych modeli jest jednak ograniczona przez dużą ilość koniecznych do przyjęcia założeń oraz zmieniający się kontekst (Stiglitz, 2002).

Mimo skomplikowanego (zaawansowanego) języka (matematycznego), który jest używany do efektywnego i precyzyjnego przedstawiania proponowanych koncepcji, ekonomia jest jednak nauką społeczną. Jako taka jest ona bliska niemalże każdemu aktorowi społecznemu w danej zbiorowości, którą może być np. kraj, region lub gospodarstwo domowe. Oznacza to, że za każdym modelem i teorią stoi wiele decyzji i działań podjętych na przestrzeni lat przez wielu aktorów społecznych, którzy mieli swoje przekonania, wartości i kontekst kulturowy, powodujący podjęcie partykularnego dla nich działania przekładającego się na uogólniony efekt.

---

\* Akademia im. Leona Koźmińskiego.

Ekonomia jako nauka, starając się proponować coraz bardziej trafne koncepcje i teorie, coraz śmieiej uwzględnia badania nad kulturą i jej znaczeniem dla wzrostu gospodarczego (Kanbur, 2002).

Zdaniem Easterly'ego i Levina, głównym problemem w procesie zrozumienia wzrostu ekonomicznego nie jest poznanie mechanizmów, za pomocą których gospodarka podnosi swoje oszczędności i zwiększa akumulację kapitału rzeczowego (2001). Autorzy twierdzą, że mimo iż większość teoretyków i praktyków kieruje swoją uwagę na akumulację kapitału, to istnieją także inne czynniki, które odgrywają znaczącą rolę w zrozumieniu wzrostu i zróżnicowania dochodów w poszczególnych państwach.

Zastanawiający wydaje się fakt, że różnica pomiędzy poziomem dobrobytu poszczególnych krajów wydaje się zwiększać w ujęciu historycznym (Reino, 2003). Większość modeli wzrostu wskazuje na postęp technologiczny i jego jakość jako przyczynę tego stanu rzeczy, jednak biorąc pod uwagę to, że technologia jest zazwyczaj ogólnodostępna, można zadać pytanie: dlaczego wszystkie kraje nie są w stanie czerpać z jej dobrodziejstw w sposób bardziej równomierny? Huntington stawia ciekawe pytanie, podając przykład Ghany i Korei Południowej oraz ich rozwoju od lat 60. XX wieku. Gospodarki obu tych krajów znajdowały się wtedy na bardzo podobnym poziomie rozwoju. Dysponowały podobnym PKB *per capita* i porównywalną strukturą gospodarczą. Jednakże po 30 latach, w momencie gdy Korea wyrosła na jedną z najsilniejszych gospodarek świata, w Ghanie podobne zmiany nie wystąpiły (Huntington, 2003). Obecnie większość badaczy zaakceptowała już fakt, że kultura może mieć znaczący wpływ na rozwój gospodarki (Temple, Johnson, 1998) oraz że zrozumienie formalnych i nieformalnych instytucji panujących na danym obszarze może być kluczowe dla zrozumienia ekonomicznej efektywności (North, 1998).

## OD KAPITAŁU DO KAPITAŁU LUDZKIEGO I SPOŁECZNEGO

Ekonomiści badający wzrost gospodarczy i rozważający różne czynniki funkcji produkcji są zgodni, że to postęp technologiczny oraz podniesienie efektywności pracy są odpowiedzialne za długotrwały wzrost gospodarczy. Wszelkie rozważania od modelu Solowa (1956), przez modele Romera i Mankiwa (1990) czy model Uzawy-Lucasa (Barro, Sala-i-Martin, 1995) definiują postęp technologiczny jako początkowo egzogenną, a później częściowo zendogenizowaną przyczynę podniesienia produktywności pracy, a co za tym idzie – ogólnego dobrobytu. Początkowo dosyć proste modele zaczęły być coraz bardziej złożone i uwzględniać kolejne czynniki produkcji, jak kapitał ludzki (Kawa, 2007) czyli umiejętności pracowników. W niniejszym tekście omawiany jest kapitał społeczny, rozumiany zarówno jako chęć uczestnictwa i uogólnionego zaufania do innych (Putnam, 1993) czy też rozległości sieci powiązań i znajomości, które mają ułatwiać dostęp do różnych zasobów (Bourdieu, 1986/2011). Oznacza to, że tzw. „miękkie” kwestie, takie jak chociażby zaufanie, także są częścią postępu technologicznego,

gdyż wpływają na efektywność pracy obok przełomowych wynalazków, jak Fordowska taśma produkcyjna.

Woźniak uważa, że „nowa teoria wzrostu gospodarczego dowodzi, że (...) źródła długookresowego wzrostu PKB *per capita* należy wiązać wyłącznie z rozwojem kapitału ludzkiego i intelektualnego” (2005, s. 173), gdyż jego akumulacja uchyła efekty prawa malejących przychodów krańcowych. Jednocześnie Cichy twierdzi, że poziom rozprzestrzeniania wiedzy, jakim jest dyfuzja technologii, nie jest zależny od poziomu kapitału ludzkiego (Cichy, 2009), sugerując istnienie innego ważnego czynnika.

Widoczne jest, w jaki sposób modele wzrostu gospodarczego stają się z czasem bardziej skomplikowane, jak coraz częściej podnoszą kwestie społeczne i kompetencyjne w kontekście kapitału ludzkiego oraz efektywności generowania i przekazywania wiedzy potrzebnej do zwiększenia wydajności np. pracowników. Pokrywa się to z ogólnym trendem zwiększania się złożoności produktów w gospodarkach o wyższej wartości dodanej – opartej na wiedzy (Koźmiński, 2005), co powoduje, że czynnik ludzki staje się coraz bardziej istotny. Fakt ten zdaje się mieć wyjątkowe znaczenie w dobie rewolucji technologicznej oraz popularyzacji dynamicznych sieciowych struktur i tego, jak wpływają one na wzrost ekonomiczny (Castells, 1996).

## KONCEPCJA KAPITAŁU SPOŁECZNEGO JAKO SIECI SPOŁECZNYCH

Ponieważ czynniki wzrostu nadal pozostają w dużej mierze niezbadane (Reino, 2003), a niektórzy badacze twierdzą, że niewyjaśnione jest nawet 40–60% jego źródeł (Easterly, Levine, 2001), nieustannie powstają nowe koncepcje starające się wyjaśnić ten fenomen. Jedną z nich jest, obok kapitału ludzkiego, kapitał społeczny. Jest on łączony z wieloma dobroczynnymi efektami, takimi jak lepsza opieka zdrowotna, niższa przestępczość lub bardziej efektywne rynki finansowe (Adler, Kwon, 2002; Reino, 2003).

Termin kapitał społeczny pojawił się już na początku XX w. w pracach Hanifana (1916), który używał go w odniesieniu do spójności w danej społeczności. Koncentrował się on na takich kwestiach, jak: dobra wola, sympatia, zaufanie, relacje z sąsiadami, sugerując, że społeczność jako całość może tylko zyskać na wzajemnej współpracy.

Duży wkład w rozwój koncepcji kapitału społecznego wniósł Bourdieu, który w pracy „Formy kapitału” wyróżnia trzy formy kapitału: ekonomiczny, kulturalny i społeczny. Ten ostatni określał jako „agregat faktycznych oraz możliwych zasobów związanych z posiadaniem trwałej sieci, mniej lub bardziej zinstytucjonalizowanych relacji wzajemnych znajomości lub uznania” (Bourdieu, 1986/2011, s. 65). Jakkolwiek podejście Bourdieu było bardzo utylitarne i oprócz kwestii pochodzenia i statusu społecznego zakładało znaczną aktywność samej osoby wpływającej na swój kapitał społeczny, inni badacze uważali kapitał społeczny za coś bardziej „uniwersalnego” i zakorzenionego w kulturze danej zbiorowości.

Chcąc prześledzić pojawienie się koncepcji kapitału społecznego w głównym nurcie myśli socjologicznej, a później także i ekonomicznej, należałoby przeanalizować pracę Loury'ego (1981), który jako ekonomista zajmował się zagadnieniem nierówności przychodu związanego z pochodzeniem rasowym. Twierdził on, że teorie ekonomiczne są zdecydowanie zbyt indywidualistyczne i skupiają się wyłącznie na kwestiach umiejętności i kapitału ludzkiego. Ponadto utrzymywał, że otoczenie, w którym dojrzewa jednostka, w sposób znaczący wpływa na to, jakie będzie miała ona kompetencje w przyszłości. Była to nowość, zwłaszcza w zestawieniu z obiegowym poglądem, że w wolnym społeczeństwie każda jednostka rozwine się do maksymalnego, możliwego dla siebie poziomu kompetencji. Loury ponownie zwrócił uwagę na to, że nikt nie przebywa tej drogi samotnie, a jego prace stały się kamieniem węgielnym dla pracy Colemana (1988), który zaproponował ulepszoną koncepcję roli, jaką odgrywał kapitał społeczny w kreacji kapitału ludzkiego.

Coleman przedstawił dość ogólną definicję kapitału społecznego i jego funkcji, twierdząc, że „różnorodne byty mają dwie cechy wspólne: wszystkie składają się z pewnych struktur społecznych i ułatwiają działania aktorów, czy to indywidualnych, czy organizacyjnych, w ramach tych struktur” (Coleman, 1988., s. 98). Niezależnie od ograniczeń teorii Colemana, miała ona znaczny wpływ na amerykańską myśl socjologiczną akumulacji kapitału społecznego wraz z mechanizmami, które przyczyniały się do jego powstawania (Portes, 1998).

Niemniej jednak kluczowa koncepcja została oparta na tym, że kapitał społeczny nie jest indywidualną charakterystyką lub cechą osobowościową, lecz zasobem wyrażanym w sieciach i grupach, do których przynależy dana osoba (Mouw, 2006). Istnieją także inne, będące w użyciu definicje kapitału społecznego, jak np. ta prezentowana przez Fukuyamę (1999), w której przedstawia on spójną koncepcję podkreślającą znaczenie norm i instytucji dla wyniku pracy grupowej.

Z kolei uczyonym, który w ostatnich latach okazał się najbardziej wpływowym i skutecznym w rozpowszechnieniu pojęcia kapitału społecznego, jest Putnam (Reino, 2003). Podejmując koncepcje Colemana, wprowadził on dwie ważne dla dalszych rozważań koncepcje.

O ile wcześniejsze rozważania i socjologiczne analizy kapitału społecznego skupiały się na interakcjach pomiędzy poszczególnymi aktorami lub aktorem i jakąś grupą, o tyle w tym przypadku Putnam rozważał udział aktorów w szerszych strukturach społecznych. Najistotniejszą według jego teorii cechą kapitału społecznego stały się „cechy organizacji społecznych, takie jak sieci i zaufanie, które ułatwiają działanie i współpracę dla wspólnego dobra”, a „pracowanie razem jest łatwiejsze w społeczności błogosławionych pokaźnym zasobem kapitału społecznego” (1993, s. 35–36).

W takim ujęciu tej koncepcji badacze nauk politycznych skojarzyli kapitał społeczny z postawą obywatelską w społecznościach, takich jak miasta lub nawet całe państwa. Uczyniło to kapitał społeczny koncepcją nie tylko mezo i mikro, lecz także makrosocjalną i ekonomiczną, otwierając drogę chociażby do analizy porównawczej regionów i krajów (Fidrmuc, Gërkhani, 2008). Głównym mierni-

kiem tak rozumianego kapitału społecznego stały się uczestnictwo oraz zachowania uczestniczące.

Drugą istotną koncepcją, jaką wprowadził Putnam (1995), był podział kapitału społecznego na „pomostowy” (z ang. *bridging*) oraz „wiązący” (z ang. *bonding*). Definiuje on kapitał pomostowy jako taki, który odzwierciedla połączenia „poprzeczne” poprzez różne grupy społeczne, np. organizacje zawodowe, sportowe, absolwentów. W odróżnieniu od tego, kapitał wiązający scala tylko homogeniczne grupy w najbliższym otoczeniu.

Nie brakuje krytyków koncepcji Putnama, którzy sugerują jej częściową tautologiczność (Portes, 1998), wynikającą z obserwacji efektów i trudności z przenoszeniem koncepcji kapitału społecznego z jednostki na regiony.

W szerszym, nie tylko Putnamowskim ujęciu koncepcja kapitału społecznego jest także obiektem krytyki, między innymi Solowa (2000), który wyraża swój sceptycyzm co do użyteczności pojęcia ze względu na liczne problemy z konceptualizacją i kwantyfikacją. Jednocześnie zastrzega on, że sama istota problemu jest ważna, lecz sugerowałby koncepcję „wzorców zachowania”. Arrow (2000), który był jednym z pierwszych badaczy podkreślających wpływ zaufania na obniżenie kosztów transakcji (Reino, 2003), proponował koncepcje sieci lub społecznych interakcji zamiast kapitału społecznego.

Portes przedstawia zwięzłą i zrozumiałą definicję kapitału społecznego jako „umiejętności aktorów do zapewnienia sobie korzyści poprzez uczestniczenie w ich sieciach społecznych lub innych strukturach społecznych”, dodając, że „ludzie posiadają kapitał ekonomiczny na kontach w banku, kapitał ludzki w głowach, a kapitał społeczny przejawia się w strukturach ich związków i relacji z innymi” (1998, s. 7).

## KAPITAŁ SPOŁECZNY, SIECI SPOŁECZNE A SIECI SPOŁECZNOŚCIOWE I PODNOSZENIE EFEKTYWNOŚCI PRACY

Pojęcie kapitału społecznego akcentuje sieci społeczne pomiędzy aktorami zarówno na poziomie pojedynczych aktorów (Loury, 1981), jak i szerszych grup społecznych, takich jak kraje lub regiony (Putnam, 1993). W ujęciu Colemana (1988) i jego kontynuatorów ten typ kapitału wpływa na to, w jaki sposób formowany jest kapitał ludzki, który ma niebagatelne znaczenie dla efektywności pracy. Znajduje to odzwierciedlenie w modelach wzrostu ekonomicznego Lucasa (1988), Uzawy-Lucasa (Barro, Sala-i-Martin, 1995) i Romera (1990). Skoro podniesienie efektywności pracy jest jednym z najistotniejszych czynników mających wpływ na wzrost gospodarczy (Solow, 1956), który oddziałuje na dobrobyt panujący w danym kraju, przyjrzenie się fenomenowi, jakim jest wzrost popularności użytkowania sieci społecznościowych, takich jak Facebook, wydaje się zasadne.

Facebook jest siecią społecznościową, która obecnie ma ponad 500 milionów użytkowników, miesięcznie spędzających w niej ponad 700 miliardów minut.

Ponad 50% użytkowników codziennie loguje się do serwisu, a przeciętny użytkownik ma 130 znajomych (Facebook, 2011). Facebook to najpopularniejszy portal społecznościowy w większości krajów na świecie, w tym w Europie Zachodniej i Środkowej (Cosenza, 2010). W najprostszym ujęciu Facebook służy do „zbierania” lub nawet „kolekcjonowania” znajomości przez poszczególnych użytkowników. Może on także służyć do zarządzania znajomościami poprzez tworzenie odpowiednich grup, do których można przydzielać poszczególne kontakty. Jest to fenomen na skalę światową, gdyż o ile popularność takich serwisów, jak LinkedIn (sieć społecznościowa dla kontaktów biznesowych), była uzasadniona bezpośrednią korzyścią w kontekście prowadzonej działalności zawodowej, o tyle Facebook w głównej mierze używany jest do celów prywatnych.

Zdaniem Cosenzy, a także innych badaczy (Ellison, Steinfield i Lampe, 2007), Facebook jest jeszcze w niewystarczający sposób zbadany, zwłaszcza jak na tak bogate źródło informacji na temat sieci społecznych. Wskazują oni na wiele podobieństw, nie tylko między koncepcją kapitału społecznego a sieciami społecznymi, lecz także do wzorów użytkowania sieci społecznościowych. Badania te wskazały na podobieństwa do badań K. Hampton i B. Wellmana (2003), którzy zasugerowali, że technologia informacyjna może w znacznym stopniu wspierać i ułatwiać wytwarzanie kapitału społecznego. Wcześniejsze badania sugerują, że użytkownicy aktywniej wyszukują innych uczestników, z którymi mieli już wcześniejszą styczność, niż przeglądają wszystkie możliwe dostępne kontakty (Ellison, Heino, Gibbs, 2006). Najistotniejszą dla dalszych rozważań kwestią jest to, że duża ilość znajomości nawiązanych poprzez Internet skutkuje faktycznymi spotkaniami „na żywo”.

Putnamowska koncepcja kapitału wiążącego pokrywa się z tym, co badacze sieci społecznych nazywają „słabymi więzami” (z ang. *weak ties*) (Granovetter, 1983), w przypadku których poprzez dostęp do zróżnicowanych grup jednostki mogą pozyskiwać istotne informacje, takie jak np. możliwości zatrudnienia lub odmienne perspektywy na rozwiązywany problem.

Ellison i inni (2007) przedstawiają dyskusję dotyczącą wpływu Internetu na kapitał społeczny, w której badacze wskazują na możliwy negatywny wpływ ze względu na zmniejszenie ilości czasu na bezpośrednie kontakty. Niemniej jednak perspektywa ta była przedmiotem znaczącej krytyki. Ponadto przekonują o tym wyniki badań chociażby takich badaczy, jak Hampton i Wellman (2003), którzy przeprowadzając swoje badania nad społecznościami wspomaganymi przez sieci społecznościowe w Kanadzie, wyraźnie wykazali pozytywny ich wpływ na relacje, także pozainternetowe.

Od niedawna badacze wskazują na znaczenie internetowych znajomości w procesie tworzenia słabych więzów będących podstawą łączącego kapitału społecznego. Takie technologie, jak listy mailingowe, sieci społecznościowe, strony służące do zamieszczania własnych filmów, połączone z zaawansowanymi technologiami wyszukiwarek, mogą powodować powstawanie nowych form kapitału społecznego (Ellison i inni, 2006). Efektywność i prostota obsługi sieci społecznościowych ułatwia użytkownikom tworzenie i utrzymywanie rozległych słabych połączeń, które



normalnie nie byłyby podtrzymywane ze względu na czasochłonność takiego działania. W związku z tym użytkownicy mają więcej możliwości do dzielenia się swoimi poglądami i czerpania z zasobów, do których dostęp byłby utrudniony, poprzez tworzenie i integrowanie nowych węzłów (z ang. *nodes*) (Castells, 1996). Podtrzymanie nawet „uśpionych” relacji może okazać się przydatne w takich sytuacjach, jak np. zmiana pracy, co dodatkowo może prowadzić do zwiększenia mobilności pracowników i uzyskania przez nich lepszej konfiguracji.

Kolejną ważną kwestią jest zwiększona efektywność nauki za pomocą sieci społecznościowych, takich jak Facebook (Munoz, Towner, 2009). Wiąże się to z tematyką dyfuzji wiedzy w sieciach społecznych oraz tzw. efektów nadwyżki (z ang. *spillover effect*), które zazwyczaj tym są istotniejsze, im więcej do pewnego poziomu jest połączeń w sieci (Lamberson, 2010). Jeżeli faktycznie dochodziłoby do wymiany wiedzy fachowej, bezpośrednio lub pośrednio związanej z pracą, teoretycznie mogłoby mieć to wpływ na skrócenie czasu potrzebnego do podniesienia jakości produkcji lub w podobnym czasie można by zdobyć wyższe kwalifikacje niż w przypadku innych, mniej efektywnych metod wymiany wiedzy.

Wielu badaczy wskazywało na zaufanie jako istotny element obniżający koszty transakcji i łączący się z kapitałem społecznym bądź z sieciami społecznymi (Adler, Kwon, 2002; Arrow, 2000; Dyer, 1997). Jest to także kwestia związana z korzystaniem z sieci społecznościowych oraz ogólnie z umieszczaniem swoich danych personalnych w Internecie. Większość dotychczasowych badań nad Facebookiem dotyczyła, oprócz tożsamości, zagadnień związanych z prywatnością (Ellison i inni, 2007). Gross i Acquisti (2005) sugerują, że użytkownicy sieci mogą narażać się na niebezpieczeństwo zarówno w Internecie (kradzież tożsamości), jak i poza nim (prześladowania). Biorąc pod uwagę ilość osobistych informacji umieszczanych np. w takim serwisie, jakim jest Facebook, posiadanie upublicznionego profilu może sugerować wyższy wskaźnik uogólnionego zaufania (Bjørnskov, 2007).

## WSPÓŁCZYNNIK PENETRACJI FACEBOOKA W RÓŻNYCH KRAJACH A POZIOM DOBROBYTU, UCZESTNICTWA I UOGÓLNIONEGO ZAUFANIA

W rozważaniach nad tak teoretycznymi koncepcjami trudno będzie określić przyczynowość wpływu użytkowania Facebooka na poziom dobrobytu i składowe kapitału społecznego, jakimi są uczestnictwo i uogólnione zaufanie. Jakkolwiek problem przyczynowości nie jest obcy koncepcji samego kapitału społecznego (Portes, 1998; Reino, 2003; Resnick, 2001), niektórzy badacze twierdzą, że wyniki badań z ostatnich lat dają nadzieję na systematyzację teorii poprzez nasycenie badaniami empirycznymi i ujednoczenie zarówno definicji, jak i relacji przyczynowo-skutkowych (Mouw, 2006).

Biorąc pod uwagę nowość koncepcji, zarówno literatura jak i wcześniejsze badania zachęcają do porównania relacji wyżej wymienionych czynników z natężeniem użytkowania sieci społecznościowych w wybranych krajach. W tym celu wybrano 21 europejskich państw rozdzielonych na dwie grupy, zgodnie z Porterowskim podziałem na etapy rozwoju gospodarek (Porter, 1990). Pierwsza grupa to kraje, których rozwój sterowany jest przez innowacje (tzw. rozwinięte): Austria, Belgia, Dania, Finlandia, Francja, Niemcy, Grecja, Irlandia, Włochy, Portugalia, Hiszpania, Szwecja, Wielka Brytania. Druga grupa to kraje będące albo w stanie przejścia z etapu rozwoju sterowanego przez inwestycje do etapu rozwoju sterowanego przez innowacje, albo będące w klasyfikacji gospodarek, których rozwój sterowany jest przez innowacje dopiero od dwóch lat (tzw. rozwijające się): Bułgaria, Czechy, Estonia, Litwa, Polska, Rumunia, Słowacja i Słowenia (Schwab i inni, 2009). Wpływ na decyzję o analizie wymienionych krajów miało kilka kwestii. Po pierwsze, wszystkie znajdują się w stosunkowo podobnym kręgu kulturowym, w odróżnieniu np. od analizy porównawczej krajów arabskich czy azjatyckich, które były dużo mniej homogeniczne. Po drugie, są to kraje, w których Internet jest rozpowszechniony i nie ma innych niż infrastrukturalne problemów z dostępem do niego. Po trzecie, ciekawym przypadkiem jest umowny podział Europy na „stara” i „nowa”, ze względu na różnice zarówno ekonomiczne, jak i kulturowe w ramach większego regionu, jakim jest Europa. Po czwarte, istotnym czynnikiem jest dostępność danych dotyczących składowych kapitału społecznego. Po piąte, przeważała homogeniczność użytkowania Facebooka jako najpopularniejszego portalu społecznościowego w badanych krajach (Cosenza, 2010)<sup>1</sup>.

Poziom użytkowania sieci społecznościowych dla poszczególnych krajów został obliczony na podstawie liczby użytkowników najpopularniejszej w danym kraju sieci społecznościowej (Facebook), podzielonej przez liczbę użytkowników mających dostęp do Internetu, przy użyciu danych dostępnych z Internet World Stats (IWC, 2010)<sup>2</sup>. Następnie wartości te zostały podzielone przez liczbę użytkowników mających dostęp do Internetu, tym samym ograniczając kwestie większej dostępności i popularności Internetu w różnych krajach. Dane w dalszej kolejności znormalizowano względem najwyższego poziomu użytkowania sieci społecznościowych (Dania), uzyskując współczynnik penetracji sieci społecznościowych przyjmujący wartości od 0 do 1.

Dotychczasowe prace naukowe wykazały możliwe teoretyczne połączenie intensywności użytkowania sieci społecznościowych z takimi zmiennymi, jak: dobrobyt gospodarczy, współczynnik uczestnictwa i uogólnione zaufanie.

W przypadku pierwszego wskaźnika – ze względu na niewiarygodność zmienionych związaną z kryzysem – przyjęty został kwantyfikator dobrobytu mierzony średnim PKB *per capita*, liczony metodą PPP z lat 2005–2009. Dane zostały pozyskane z bazy Banku Światowego (WB, 2010).

<sup>1</sup> Dane obrazujące stan na grudzień 2010 roku.

<sup>2</sup> Dane obrazujące stan na sierpień 2010 roku. Oznacza to, że mogą wystąpić rozbieżności względem popularności serwisów społecznościowych (Cosenza, 2010) w ciągu 3 miesięcy.



Wartości uogólnionego zaufania pozyskano z bazy danych Światowej Ankiety Wartości (z ang. *World Value Survey*) na podstawie zmiennej *generalized trust* (WVS, 2010). Część danych pochodziła z ankiety przeprowadzanej z respondentami w 1996 r., niemniej jednak w przypadku braku danych, na podstawie nowszych badań, przyjmowane były wartości z 1990 roku. Obydwie ankiety miały taką samą postać i respondentom zadawano takie same pytania. Wartość ta przybliża poziom ogólnego zaufania względem obcych.

Wartości uczestnictwa zostały opracowane przez Fidrmuca i Gërzhanię (2008) na podstawie wyników z ankiet przeprowadzonych w ramach programu Eurobarometr, zleconego przez Komisję Europejską. Dane dotyczące uczestnictwa zostały opracowane na podstawie dwóch typów ankiet. Pierwszym rodzajem były ankiety Eurobarometru (EB50.1), przeprowadzone w krajach będących już członkami UE w 1998 roku<sup>3</sup>. Drugim typem były ankiety przeprowadzone w 2002 roku wśród państw pretendujących do członkostwa w UE<sup>4</sup> (CCEB 2002.1). W obydwu przypadkach badania prowadzone były tą samą metodą (CCEB 2002.1, s. 11), co pozwoliło na wykonanie analizy porównawczej.

Uczestnictwo jest miarą aktywnego, dobrowolnego członkostwa w różnego rodzaju organizacjach, takich jak: organizacje religijne, charytatywne, artystyczne, ekologiczne, związki zawodowe, młodzieżowe, hobbystyczne, sportowe, zawodowe itp. Odpowiada to Putnamowskiemu wiążącemu kapitałowi społecznemu oraz słabym więzom definiowanym przez badaczy sieci społecznych.

Przedstawione powyżej dane znajdują się w tabeli 1. Korelacje pomiędzy miernikami penetracji sieci społecznościowych, dobrobytu, uczestnictwa i uogólnionego zaufania zaprezentowano w tabeli 2.

---

<sup>3</sup> Austria, Belgia, Dania, Finlandia, Francja, Niemcy, Grecja, Irlandia, Włochy, Portugalia, Hiszpania, Szwecja, Wielka Brytania.

<sup>4</sup> Bułgaria, Cześć, Estonia, Litwa, Polska, Rumunia, Słowacja, Słowenia.

**Tabela 1. Mierniki penetracji sieci społecznościowych, dobrobytu, uczestnictwa i uogólnionego zaufania**

Kraj	Penetracja sieci społecznościowych (1)	GDP <i>per capita</i> (PPP) (2)	Uogólnione zaufanie (3)	Uczestnictwo (4)
Kraje tzw. rozwinięte				
Austria	0,5527	37 122,98 USD	31,82*	0,88
Belgia	0,7398	34 957,55 USD	33,5*	0,73
Dania	1,0000	36 350,19 USD	57,66*	1,78
Finlandia	0,7699	34 425,11 USD	47,92	1,24
Francja	0,6452	32 594,65 USD	22,79*	0,58
Niemcy	0,2839	34 830,37 USD	39,92*	0,93
Grecja	0,5871	28 006,87 USD	bd.	0,31
Irlandia	0,7935	42 217,89 USD	47,37*	0,84
Włochy	0,6258	30 945,82 USD	35,3*	0,49
Portugalia	0,5376	22 888,85 USD	21,67*	0,34
Hiszpania	0,5097	31 089,66 USD	28,65	0,35
Szwecja	0,9419	36 836,35 USD	56,59	2
Wielka Brytania	0,9591	35 444,95 USD	29,09	0,88
Kraje tzw. rozwijające się				
Bułgaria	0,4796	11 491,74 USD	23,69	0,18
Czechy	0,5914	23 661,44 USD	30,25*	0,94
Estonia	0,4237	19 537,43 USD	21,06	0,57
Litwa	0,4258	17 012,40 USD	21,31	0,48
Polska	0,1806	16 545,40 USD	16,91	0,35
Rumunia	0,1613	12 492,29 USD	16,07*	0,29
Słowacja	0,6065	20 171,42 USD	23,01*	0,86
Słowenia	0,6409	26 472,05 USD	15,54	0,7

\* Oznacza dane z WVS'90.

Źródło: Opracowane na podstawie: Cosenza (2010) i IWC (2010); WB (2010); (WVS, 2010); (Fidrmuc, Gërxhani (2008).

**Tabela 2. Mierniki korelacji penetracji sieci społecznościowych, dobrobytu, uczestnictwa i uogólnionego zaufania**

Zmienna	Penetracja sieci społecznościowych
GDP <i>per capita</i> (PPP)	0,69*
Penetracja sieci społecznościowych	–
Uogólnione zaufanie	0,67*
Uczestnictwo	0,71*

\* Oznaczone współczynniki korelacji są istotne z  $p < ,05000$

Źródło: Opracowanie własne.

Dane tabeli 2 sugerują bardzo wysoką korelację ze wszystkimi zaprezentowanymi zmiennymi. Nietrudno zgodzić się z Portesem (1998), że na podstawie obserwacji rezultatów zjawisk niemożliwe staje się ustalenie ich przyczynowości. Jednakże w przypadku tak nowego zjawiska, jakim są sieci społecznościowe, a szczególnie Facebook, trudno byłoby postawić tezę, że użytkowanie tego typu serwisów wpływa na poziom zaufania, uczestnictwa lub dobrobytu danego kraju. Zwłaszcza w sytuacji, gdy wszystkie prezentowane dane zostały zebrane w okresie, przed którym nastąpił rozkwit popularności tego rodzaju witryn.

Można się spodziewać, że z czasem, kiedy wymienione wyżej zjawisko stanie się bardziej ugruntowane, może ono wywierać znaczący wpływ na efektywność dyfuzji, zarówno wiedzy fachowej, jak i informacji dotyczących możliwości zatrudnienia. Jednakże w kontekście powyższych wstępnych rozważań i przedśmionka ery faktycznej masowości użytkowania sieci społecznościowych, można by zaryzykować stwierdzenie, że stopień penetracji sieci społecznościowych jest odzwierciedleniem występującego w danym kraju kapitału społecznego. Wskaźnik ten mógłby konceptualizować otwartość i gotowość obywateli do uczestniczenia w różnego rodzaju formach tworzenia pomostowego kapitału społecznego.

Wart uwagi jest fakt, że stopień użytkowania sieci społecznościowych może znacząco podzielić kraje wyszczególnione w próbie na grupy o zróżnicowanym GDP na mieszkańca. Wykonana została jednoczynnikowa analiza wariancji krajów podzielonych na trzy grupy (po 7 próbek każda), w której jako kryterium ustalono stopień penetracji sieci społecznościowych w danym kraju. Wyniki zaprezentowano w tabeli 3.

Jednoczynnikowa analiza wariancji ANOVA  $F(2,18) = 10,56$ ;  $p < 0,01$  okazała się istotna. Na podstawie testów *post hoc* z poprawką Sidaka można stwierdzić, że nie ma różnic między grupą niskiej i średniej penetracji sieci społecznościowych, natomiast różna (wyższa) jest od nich grupa wysokiej penetracji sieci społecznościowych. Powyższe zależności obrazuje rysunek 1.

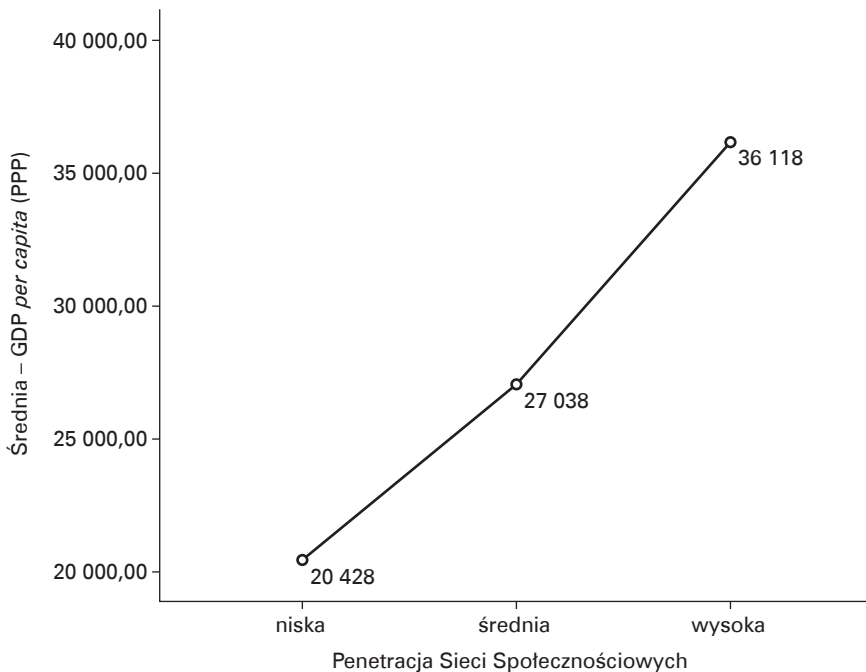
Dzięki uwzględnieniu liczby użytkowników mających dostęp do Internetu w danym kraju zmienna penetracji sieci społecznościowych ogranicza faworyzo-

**Tabela 3. Jednoczynnikowa analiza wariancji GDP *per capita* (PPP) krajów podzielonych na grupy wg stopnia penetracji sieci społecznościowych**

GDP per capita (PPP)	Suma kwadratów	df	Średni kwadrat	F	Istotność
Między grupami	8,687E8	2	4,343E8	10,560	0,001
Wewnątrz grup	7,403E8	18	4,113E7		
Ogółem	1,609E9	20			

Źródło: Opracowanie własne.

**Rysunek 1. Różnice GDP *per capita* (PPP)**



Źródło: Opracowanie własne.

wanie obszarów bardziej zaawansowanych technologicznie. W kontekście powyższych rozważań fakt ten w połączeniu z informacją, że penetracja sieci społecznościowych jest w stanie, nawet przy tak małej próbie, istotnie pogrupować kraje względem ich poziomu dobrobytu, wydaje się zastanawiający. Zakładając, że penetracja sieci społecznościowych jest miernikiem w jakimś stopniu zmniejszającym kapitał społeczny, powracamy do kwestii przyczynowości naturalnej tego zjawiska. Jednakże uzasadnione wydaje się zaproponowanie interpretacji sugere-

rującej, że samo korzystanie z sieci społecznościowych może być poniekąd w sprzężeniu zwrotnym z obecnym stanem rozwoju gospodarki. Z jednej strony, jest to „po prostu” digitalizacja mechanizmów praktykowanych w tych krajach wcześniej, takich jak uczestnictwo oraz praktykowanie „wzajemności” (z ang. *reciprocity*), objawiającej się w uogólnionym zaufaniu. Z drugiej strony, premiovanie tego typu zachowań może wydawać się „typowe” w rozwiniętych właśnie społeczeństwach. Pracownikami wiedzy nie jest łatwo zarządzać, gdyż to oni powinni wiedzieć więcej o swojej specjalizacji niż inni uczestnicy organizacji (Drucker, 1994, s. 58). W gospodarkach opartych na wiedzy, w których różnice w wykształceniu i charakterze pracy pomiędzy kadrą menedżerską a pracownikami zanikają (Kozłowski, 2008), specjaliści, ze względu na ich dogłębną i wartościową wiedzę, uzyskują coraz wyższy status społeczny. Oznaczałoby to, że w rosnącej złożoności otoczenia zaufanie i praca oparta na współpracy są dużo bardziej efektywnym sposobem zarządzania niż w przypadku seryjnej produkcji w fabryce, która była dużo łatwiejsza w „zobiektywizowaniu” i kwantyfikacji, np. w Taylorowskim ujęciu zarządzania naukowego. A zatem oprócz kwestii etycznych-moralnych na pewno znaczną rolę może tutaj odgrywać pragmatyzm.

Poziom rozwoju gospodarki jednak nie jest – jak się wydaje – jedynym czynnikiem wpływającym na ilość kapitału społecznego i penetracji sieci społecznościowych. W samych krajach rozwijających się widać dosyć duże różnice. Na przykład Polska uzyskała wskaźnik penetracji sieci społecznościowych na poziomie 0,1803, co jest drugim najniższym wynikiem w próbie zaraz po Rumunii (0,1613). Jednakże nasi sąsiedzi, jak np. Czechy, mają dużo wyższy wynik (0,5914). Zdawałoby się, że oba kraje dzielą postkomunistyczną historię, ale znaczące różnice zaczynają być widoczne między nimi już po kilkunastu latach od wprowadzenia zmiany ustrojowej. W przypadku Polski warto wspomnieć badania Czapińskiego (2006), który zwraca uwagę, że polski kapitał społeczny nie wzrasta od 1989 roku, i prowadzi dyskusję na temat takiego stanu rzeczy. Podobnie jak w pracy Harrisona (2003), mnoży to pytania o instytucje oraz kontekst historyczny i otoczenie geograficzne danej zbiorowości będącej przedmiotem analizy.

## PODSUMOWANIE

Penetracja sieci społecznościowych jawi się jako miara oferująca dosyć duże możliwości badawcze. Z jednej strony jest to parametr „samoaktualizujący się” oraz „zobiektywizowany”, w odróżnieniu od deklaracyjnych ankiet. Przykładowo: pomimo że informacje z WVS (*World Value Survey*) bywają nieaktualne (powtarzane są co kilka lat) i fragmentaryczne, nadal są bardzo ważnym źródłem, wykorzystywanych w wielu badaniach ze względu na możliwość porównywania wyników pomiędzy krajami. Z drugiej strony jednak należy zdawać sobie sprawę, że nawet w przypadku, gdyby penetracja sieci społecznościowych była bardzo dobrym i wygodnym w użyciu narzędziem pozwalającym porównywać ze sobą regiony

i kraje, jest to raczej agregat zmiennych i należałoby spróbować dokonać próby jego dekompozycji. Idąc dalej w rozważaniach, warto byłoby zadać sobie pytania: jaki odsetek ludzi wykorzystuje sieci społecznościowe do utrzymywania relacji z rodziną i innymi zamkniętymi grupami (kapitał wiążący kontra kapitał pomocowy)? W kontekście zaufania: jak bardzo zachowawczy są użytkownicy z różnych krajów w podawaniu swoich danych na profilach społecznościowych? Ponadto istniałaby także możliwość badania (deklaratywnego) uczestnictwa użytkowników w różnych grupach tematycznych w sieci.

Ciekawym zagadnieniem wydaje się także zbadanie firm, które używają sieci społecznościowych zarówno do komunikacji wewnętrznej, jak i zewnętrznej pod kątem ich profilu działalności oraz sposobu, w jaki są one zarządzane. Koźmiński (2005, s. 65) sugerował istotność wpływu kapitału społecznego, wyrażanego, *inter alia*, w życzliwości ludzi między sobą, na efektywność firmy w warunkach uogólnionej niepewności i przyspieszających cykli produktowych i produkcyjnych. Ciekawym tropem byłoby zbadanie przedstawionego fenomenu w relacji z uczestniczącym modelem zarządzania (z ang. *participatory management model*).

Zakładając, że globalnie poziom penetracji sieci społecznościowych będzie rósł, istnieje możliwość, iż sieci społecznościowe będą odgrywały coraz większą rolę w badaniach społecznych, a z powodu swojej globalnej natury będą dostarczały danych wysoce komparatywnych, aktualizowanych w czasie rzeczywistym i na dużych próbach.

## BIBLIOGRAFIA

- Adler P.S., Kwon S.-W. (2002), *Social Capital: Prospects for a New Concept*, „The Academy of Management Review”, No. 27(1), s. 17–40.
- Arrow K.J. (2000), *Observations on Social Capital*, w: *Social Capital a Multifaceted Perspective*, P. Dasgupt, I. Serageldin (eds), World Bank, Washington, D.C.
- Barro R.J., Sala-i-Martin X. (1995), *Economic Growth*. New York, McGraw-Hill.
- Bjørnskov C. (2007), *Determinants of Generalized Trust: A Cross-country Comparison*, „Public Choice”, No. 130(1), s. 1–21.
- Bourdieu P. (2011), *Cultural Theory: An Anthology*, I. Szeman, T. Kaposy (eds), Wiley-Blackwell, Chichester, Malden, Mass.
- Castells M. (1996), *The Rise of the Network Society*, Blackwell Publishers, Malden, Mass.
- Cichy K. (2009), *Human Capital and Technological Progress as the Determinants of Economic Growth*, Narodowy Bank Polski, Warszawa.
- Coleman J.S. (1988), *Social Capital in the Creation of Human Capital, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure*, „Journal of Sociology”, Vol. 94, s. 95–120.
- Cosenza V. (2010), *World Map of Social Networks*, <http://www.vincos.it/wp-content/uploads/2010/12/WMSN1210.png> (Pobrane 22.12.2010).
- Czapiński J., 2006, *Polska – państwo bez społeczeństwa*, „Nauka”, nr 1, s. 7–26.



- Drucker P. F. (1994), *Post-capitalist Society*, Harper Business, New York.
- Dyer J.H. (1997), *Effective Interim Collaboration: How Firms Minimize Transaction Costs and Maximise Transaction Value*, „Strategic Management Journal”, No. 18(7), s. 535–556.
- Easterly W., Levine R. (2011), *What Have We Learned from a Decade of Empirical Research on Growth? It's Not Factor Accumulation: Stylized Facts and Growth Models*, „The World Bank Economic Review”, No. 15(2), s. 177–219.
- Ellison N., Heino R., Gibbs J. (2006), *Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, No. 11(2), s. 415–441.
- Ellison N., Steinfield C., Lampe C. (2007), *The Benefits of Facebook „Friends” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, No. 12(4), s. 1143–1168.
- Facebook (2011), <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (Pobrane 9.01.2011).
- Fidrmuc J., Gërxhani K. (2008), *Mind the Gap! Social Capital, East and West*, „Journal of Comparative Economics”, No. 36(2), s. 264–286.
- Fukuyama F. (1999), *The Great Disruption: Human Nature and the Reconstitution of Social Order*, Free Press, New York.
- Granovetter M. (1983), *The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited*, Sociological Theory 1.
- Gross R., Acquisti A. (2005), *Information Revelation and Privacy in Online Social Networks*, Paper presented at the Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the Electronic Society.
- Hampton K., Wellman B. (2003), *Neighboring in Netville: How the Internet Supports Community and Social Capital in a Wired Suburb*, „City & Community”, No. 2(4), s. 277–311.
- Hanifan L.J. (1916), *The Rural School Community Center*, „The Annals of the American Academy of Political and Social Science”, No. 67.
- Harberger A.C. (1998), *A Vision of the Growth Process*, „American Economic Review”, No. 88(1), s. 1–32.
- Harrison L.E., Huntington S.P. (2003), Dymczyk S., *Kultura ma znaczenie: jak wartości wpływają na rozwój społeczeństw*, Zysk i S-ka, Poznań.
- Huntington S.P. (2003), *Z kulturą trzeba się liczyć*, w: L.E. Harrison, S.P. Huntington, S. Dymczyk, *Kultura ma znaczenie: jak wartości wpływają na rozwój społeczeństw*, Zysk i S-ka, Poznań.
- IWC (2010), *Internet World Stats, Usage and Population Statistics*, <http://www.internetworldstats.com/europa.htm> (Pobrane 8.12.2010).
- Kanbur R. (2002), *Economics, Social Science and Development*, „World Development”, No. 30(3), s. 477–486.
- Kawa P. (2007), *Kapitał ludzki jako czynnik wzrostu gospodarczego w ujęciu nowych teorii wzrostu, Zarządzanie kapitałem ludzkim w gospodarce*, D. Kopycińska (red), Katedra Mikroekonomii Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 7–17.
- Koźminski A.K. (2005), *Zarządzanie w warunkach niepewności: podręcznik dla zaawansowanych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Koźminski A.K. (2008), *Koniec świata menedżerów?* Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.

- Kundera E. (2004), *Słownik historii myśli ekonomicznej*, Oficyna Ekonomiczna, Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych, Kraków.
- Lamberson P. (2010), *Social Learning in Social Networks*, "The B.E. Journal of Theoretical Economics", No. 10(1).
- Loury G.C. (1981), *Intergenerational Transfers and the Distribution of Earnings*, "Econometrica", No. 49(4), s. 843–867.
- Lucas R.E. (1988), *On the Mechanics of Economic Development*, „Journal of Monetary Economics”, No. 22(1), s. 3–42.
- Mankiw N.G., Romer D., Weil D.N. (1990), *A Contribution to the Empirics of Economic Growth*, Cambridge, Mass.
- Mouw T. (2006), *Estimating the Causal Effect of Social Capital: A Review of Recent Research*, „Annual Review of Sociology”, No. 32(1), s. 79–102.
- Munoz C., Towner T. (2009), *Opening Facebook: How to Use Facebook in the College Classroom*, Paper presented at the Society for Information Technology & Teacher Education International Conference (<http://www.editlib.org/p/31031>).
- North D.C. (1998), *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Porter M.E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York.
- Portes A. (1998), *Social Capital: its Origins and Applications in Modern Sociology*, „Annual Review of Sociology”, No. 24..
- Putnam R.D. (1993), *The Prosperous Community: Social Capital and Public Life*, „The American Prospect”, No. 4.
- Putnam R.D. (1995), *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*, „Journal of Democracy”, No. 6(1), s. 65–78.
- Reino H. (2003), *Social Capital and Economic Growth Revisited*, "VATT Discussion Papers", No. 307.
- Resnick P. (2001), *Beyond Bowling Together: Sociotechnical Capital*, w: *HCI in the New Millennium*, J. Carroll (ed.), Addison-Wesley, Boston, Mass, s. 247–272.
- Romer P.M. (1990), *Endogenous Technological Change*, „Journal of Political Economy”, No. 98(5), s. 71–102.
- Schwab K., Sala-i-Martin X. (2010), *The Global Competitiveness Report 2009-2010*, World Economic Forum ([http://www.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010\\_fullreport.pdf](http://www.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010_fullreport.pdf)).
- Solow R.M. (1956), *A Contribution to the Theory of Economic Growth*, „The Quarterly Journal of Economics”, No. 70(1), s. 65–94.
- Solow R.M. (2000), *Notes on Social Capital and Economic Performance*, w: *Social Capital a Multifaceted Perspective*, P. Dasgupt, I. Serageldin (eds), World Bank, Washington D.C.
- Stiglitz J.E. (2002), *Information and the Change in the Paradigm in Economics*, „The American Economic Review”, No. 92(3), s. 460–501.
- Temple J., Johnson P.A. (1998), *Social Capability and Economic Growth*, „The Quarterly Journal of Economics”, No. 113(3), s. 965–990.
- WB (2010), *World Bank Economic Database*, <http://data.worldbank.org/> (Pobrane 13.12.2010).
- Woźniak M.G. (2005), *Kapitał ludzki i intelektualny w strategii pro wzrostowej ograniczającej nierówności społeczne, Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. Rola kapitału ludzkiego i intelektualnego*, t. 6, s. 173–188.

WVS (2010), *World Value Survey*, <http://www.worldvaluessurvey.org/> (Pobrane 14.12.2010).

## STRESZCZENIE

Modele wzrostu gospodarczego, odpowiedzialnego za dobrobyt państw, stają się bardziej wyrafinowane, uwzględniając czynnik ludzki. Ekonomia jako gałąź nauk, jest coraz bardziej otwarta – czerpie z badań nad kulturą i instytucjami. Zbiega się to w czasie z tzw. przechodzeniem do gospodarki opartej na wiedzy w krajach rozwiniętych i rozwijających się. Kwestie te powodują, że zmienia się sposób organizowania przedsiębiorstw oraz istotność dotychczasowych czynników produkcji, takich jak kapitał lub ziemia, a nawet umiejętności pracowników. Koncepcją starającą się rzucić nowe światło na przeobrażające się otoczenie jest kapitał społeczny. Pomimo wczesnej fazy rozwoju tej koncepcji i licznych wyzwań metodologicznych, zdaje się ona zawierać w sobie moc wyjaśniającą zachodzące zmiany. Jednocześnie koncepcja kapitału społecznego jest, jak się wydaje, zbieżna z teoriami prezentowanymi przez badaczy sieci społecznych, a te z kolei zdają się być istotnie powiązane z tematyką sieci społecznościowych, takich jak Facebook. Sieci społecznościowe są tematem mało zbadanym i rzadko poruszonym w kontekście kapitału społecznego. Oprócz ram teoretycznych, w celu zaobserwowania ewentualnego połączenia tego fenomenu z kapitałem społecznym, Autor przedstawia dane empiryczne na temat penetracji sieci społecznościowych w 21 krajach Unii Europejskiej, porusza tematykę przyczynowości zaobserwowanych właściwości połączonych z dyskusją na temat dalszych kierunków pogłębienia ewentualnych badań.

**Słowa kluczowe:** wzrost gospodarczy, kapitał społeczny, sieci społeczne, Facebook

## THE USE OF SOCIAL NETWORKS AND THE GROWTH OF THE KNOWLEDGE ECONOMY

### ABSTRACT

Models of economic growth, which is responsible for the wealth of countries, are becoming ever more elaborate, trying to include the human factor. Economics, as a discipline, is becoming more open, drawing from cultural and institutional studies. These advances coincide with the transition to knowledge economy, observed in the developed and emerging countries. Consequently, the ways of organizing enterprises and the relevance of contemporary factors of production like capital, land or even workforce skill, are changing. The concept of social capital tries to shed new light on the evolving environment and despite its early

stage of development and methodological challenges, it seems to have certain explanatory power when facing undergoing changes. At the same time, the concept of social capital seems compatible with theories presented by social networks scholars, which, in turn, seem to be relevantly linked to the phenomena of Internet social networks like Facebook, understudied especially in the social capital context. Apart from theoretical framing, some empirical data on the penetration of social networks in 21 European Union countries are presented, followed by a brief discussion regarding causality and further possible directions of inquiry.

**Keywords:** economic growth, social capital, social networks, Facebook.

**JEL Classification:** O10, P49