

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ THEORETICAL RESEARCH

### Цифровое моделирование тематического поля изучения социального капитала поколений в организациях

**Волкова Н.В.**

**ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет**

**«Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»),**

**г. Санкт-Петербург, Российская Федерация**

**ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9045-4393>, e-mail: [nv.volkova@hse.ru](mailto:nv.volkova@hse.ru)**

**Бордунос А.К.**

**ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»**

**(ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация**

**ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0347-3180>, e-mail: [a.bordunos@gsom.spbu.ru](mailto:a.bordunos@gsom.spbu.ru)**

**Чикер В.А.**

**ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»**

**(ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация**

**ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7444-6898>, e-mail: [vhiker@yandex.ru](mailto:vhiker@yandex.ru)**

**Почебут Л.Г.**

**ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»**

**(ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация**

**ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4390-1442>, e-mail: [ludmila.pochebut@gmail.com](mailto:ludmila.pochebut@gmail.com)**

**Кораблева С.А.**

**ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет**

**«Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»),**

**г. Санкт-Петербург, Российская Федерация**

**ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6012-904X>, e-mail: [sbolshakova@hse.ru](mailto:sbolshakova@hse.ru)**

**Цель.** Выявить ключевые темы, представленные в современных исследованиях о связи социального капитала с поколенческими различиями в организациях, применяя подходы диджитализации (цифрового моделирования) массива научных публикаций.

**Контекст и актуальность.** Появление новых технологий, трудовая миграция и включенность представителей различных поколений в производственную деятельность актуализировали процесс непрерывной социализации индивидов в организационную среду и, соответственно, поиск социально-психологических инструментов для ее реализации. Цифровая трансформация открыла новые механизмы для исследования непрерывной социализации индивидов всех возрастов, в которой важную роль играет социальный капитал, включающий в себя доверие, вовлеченность в социальные сети и положение в них, а также частоту взаимодействий между людьми, которые в современных условиях смещаются в виртуальное пространство.

**Используемая методология.** Обзор тематического поля (*scoping review*) ( $k = 129$ ) с использованием алгоритма тематического моделирования (*topic modeling*) языка программирования Python.

**Основные выводы.** Обзор тематического поля изучения социального капитала поколений в организациях различной формы собственности позволил выявить шесть тем, которые отразили специфику социализации определенных поколенческих групп, включенных в трудовую деятельность.

**Ключевые слова:** социальный капитал; социализация; поколения; тематическое моделирование; обзор тематического поля.

**Финансирование.** Исследование выполнено в Высшей школе экономики за счет гранта Российского научного фонда № 24-28-00209, <https://rscf.ru/project/24-28-00209/>.

**Для цитаты:** Волкова Н.В., Бордунос А.К., Чикер В.А., Почебут Л.Г., Кorableва С.А. Цифровое моделирование тематического поля изучения социального капитала поколений в организациях // Социальная психология и общество. 2025. Том 16. № 1. С. 5–27. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2025160101>

## Digital Modeling for Scoping Review in Studying Intergenerational Social Capital in Organizations

*Natalia V. Volkova*

*HSE University, Saint Petersburg, Russia*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9045-4393>, e-mail: [nv.volkova@hse.ru](mailto:nv.volkova@hse.ru)*

*Aleksandra K. Bordunos*

*Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0347-3180>, e-mail: [a.bordunos@som.spbu.ru](mailto:a.bordunos@som.spbu.ru)*

*Vera A. Chiker*

*Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7444-6898>, e-mail: [vhiker@yandex.ru](mailto:vhiker@yandex.ru)*

*Ludmila G. Pochebut*

*Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4390-1442>, e-mail: [ludmila.pochebut@gmail.com](mailto:ludmila.pochebut@gmail.com)*

*Svetlana A. Korableva*

*HSE University, Saint Petersburg, Russia*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6012-904X>, e-mail: [sbolshakova@hse.ru](mailto:sbolshakova@hse.ru)*

**Objective.** Identify key topics presented in contemporary research on the relationship between social capital and generational differences in organizations, utilizing digital processing approaches on a dataset of scientific publications.

**Background.** The emergence of new technologies, labor migration, and the involvement of representatives of different generations in labor activities have highlighted the process of continuous socialization of individuals in the organizational environment, and consequently, the search for socio-psychological tools for its implementation. Digital transformation has opened up new mechanisms for studying the continuous socialization of individuals of all ages, in which social capital plays an important role, encompassing trust, involvement in social networks and their position in them, as well as the frequency of interactions between people, which are shifting to virtual spaces in contemporary reality.

**Methodology.** Scoping review ( $k = 129$ ) using a topic modeling algorithm in the Python programming language.

**Conclusions.** *The scoping review in studying intergenerational social capital in organizations of various ownership forms has identified six topics that reflect the specificity of socialization of certain generational groups engaged in work activities.*

**Keywords:** *social capital; socialization; generations; topic modeling; scoping review.*

**Funding.** The reported study was funded by Russian Science Foundation at HSE University, project number 24-28-00209, <https://rscf.ru/project/24-28-00209/>.

**For citation:** Volkova N.V., Bordunos A.K., Chiker V.A., Pochebut L.G., Korableva S.A. Digital Modeling for Scoping Review in Studying Intergenerational Social Capital in Organizations. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2025. Vol. 16, no. 1, pp. 5–27. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2025160101> (In Russ.).

## Введение

В современном мире люди погружены в цифровое общество, где устанавливаются и поддерживаются социальные отношения, происходит общение, проводится досуг, получается образование, решаются рабочие вопросы [19]. Цифровая трансформация открыла новые механизмы для исследования непрерывной социализации индивидов всех возрастов, в которой важную роль играет социальный капитал, включающий в себя доверие, вовлеченность в социальные сети и положение в них, а также частоту взаимодействий между людьми [1].

Феномен социального капитала анализируется на макро- (институциональном), мезо- (организационном) и микро- (индивидуальном) уровнях и может принимать форму ролевых моделей, ожиданий, поведенческих норм и межличностных связей [23], способствующих экономическому росту [25], а также оказывающих влияние на продуктивность и заработные платы [16]. Эта концепция во многом объясняет, почему люди ведут себя не всегда рационально под влиянием норм, ценностей, доверия и принадлежности к определенной социальной группе [23]. Социальный капитал тесно связан с организационным поведением и мотивацией персонала, которые в последнее

время рассматриваются в контексте поколенческих различий из-за старения населения [3]. Соответственно, представляется важным как для работодателей, так и для исследователей рассмотреть становление и развитие концепции социального капитала в организациях различной формы собственности с учетом аспектов, связанных с поколениями.

В этом ключе поколение как идентифицируемая группа, у которой учитываются общие годы рождения, значимые жизненные события на критических этапах развития и часто схожие профессиональные ценности и установки [68], относится к макроуровню изучения социального капитала, в то время как организационный контекст относится к мезоуровню. Результаты анализа исследований, которые соединяют в себе теорию социального капитала в контексте организации и поколенческих аспектов, могут дать работодателям идеи для формирования инструментов по управлению социализацией персонала, а исследователям — направления дальнейших разработок в этой области. Соответственно, *цель работы* — выявить ключевые темы, представленные в современных исследованиях о связи социального капитала с поколенческими различиями в организациях, применяя подходы диджита-

лизации (цифрового моделирования) массива научных публикаций. Исследовательские вопросы:

1. Какие системообразующие темы, объединяющие в себе теории социального капитала и поколенческих различий, выделяются в научной литературе?
2. Каковы основные направления исследований в этой области, степень их разработанности и ограничения тематики?

### Дизайн исследования

В статье представлены результаты обзора тематического поля (scoping review) в области социального капитала поколений в организациях. Этот метод анализа научной литературы предполагает обобщение и систематизацию информации из предметного поля путем соблюдения протокола «Предпочтительные пункты отчетности для систематических обзоров и метаанализов, расширенные для обзоров предметного поля» (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses extension for Scoping Reviews; PRISMA-ScR) [5]. Использование такого подхода дает возможность уточнить ключевые определения и понятия, определить явления, связанные с организационным социальным капиталом и поколенческими различиями, а также выявить перспективные направления исследований.

### Формирование выборки для обзора предметного поля

Формирование выборки осуществлялось посредством поиска литературы в электронной библиотеке e-Library и базе данных Scopus на 25.12.2023. Процесс поиска и отбора статей состоял из четырех шагов (рис. 1).

На первом шаге ( $k = 926$ ) использовался следующий запрос для базы данных Scopus:

TITLE-ABS-KEY ((({social capital}) OR {organizational social capital}) AND

(generation\* OR {gen Y} OR {Baby Boomer\*} OR {gen Z}))) AND (EXCLUDE (SUBJAREA, "CENG") OR EXCLUDE (SUBJAREA, "VETE") OR EXCLUDE (SUBJAREA, "BIOC") OR EXCLUDE (SUBJAREA, "MATE") OR EXCLUDE (SUBJAREA, "PHAR") OR EXCLUDE (SUBJAREA, "IMMU") OR EXCLUDE (SUBJAREA, "MATH") OR EXCLUDE (SUBJAREA, "EART") OR EXCLUDE (SUBJAREA, "AGRI") OR EXCLUDE (SUBJAREA, "ENER") OR EXCLUDE (SUBJAREA, "ENGI") OR EXCLUDE (SUBJAREA, "MEDI") OR EXCLUDE (SUBJAREA, "ENVI"))

На втором шаге ( $k = 683$ ) до изучения содержания были удалены все публикации, которые не соответствовали формату статьи ( $k = 243$ ), например, обзорные статьи (review), заметки (note), обзоры конференций (conference review).

На третьем шаге ( $k = 114$ ) были удалены дублирующие публикации ( $k = 3$ ), источники, в которых слово «generation» использовалось в значении «создание», «генерация» ( $k = 163$ ), и статьи, которые не затрагивали тематику поколений или организационный контекст ( $k = 403$ ). В частности, встречались такие темы, как социальный капитал в обществе, при миграционных процессах, в религиозном контексте и др. На этом шаге анализ содержания текстов проводился независимо тремя исследователями-экспертами, затем результаты сверялись и обсуждались в случае несоответствий в решениях.

На четвертом шаге ( $k = 129$ ) сложившаяся выборка была дополнена статьями из реферативной базы данных e-Library ( $k = 15$ ) на основании аналогичных ключевых слов (см. рис. 1). Отобранные статьи были прочитаны и проанализированы исследователями, чтобы убедиться в их актуальности для ответа на исследовательские вопросы.



Рис. 1. Формирование выборки: <sup>а)</sup> Ключевые слова: social capital, organizational social capital, generation, gen Y, Baby Boomer, gen Z. <sup>б)</sup> Категории: 1) социальные науки, 2) бизнес, менеджмент и бухгалтерский учет, 3) экономика, эконометрика и финансы, 4) искусство и гуманитарные науки, 5) психология, 6) науки о компьютерах, 7) науки о принятии решений, 8) междисциплинарные исследования, 9) деятельность по уходу, 10) медицинские профессии

Распределение статей по годам, представленное на рис. 2, демонстрирует возрастающий интерес к данной теме.

### Тематический анализ предметного поля: извлечение данных

Извлечение данных проводилось из англоязычных аннотаций с использованием языка программирования Питон. Следуя рекомендациям предыдущих исследований [40], документы были подготовлены посредством удаления ненужных элементов (например, цифр, знаков препинания

и специальных символов), разделения на слова и преобразования их в нижний регистр. Сегментация текста была выполнена с помощью токенизации по словам (unigram tokenization), поскольку тематическое моделирование (topic modeling) выдает более оптимальные результаты, когда используется такой вид токенизации [34]. Затем тексты были лемматизированы и из них удалили слова, содержащие менее трех букв, и стоп-слова, которые не несут смысловой нагрузки. Список стоп-слов из библиотеки NLTK (Natural Language Toolkit)

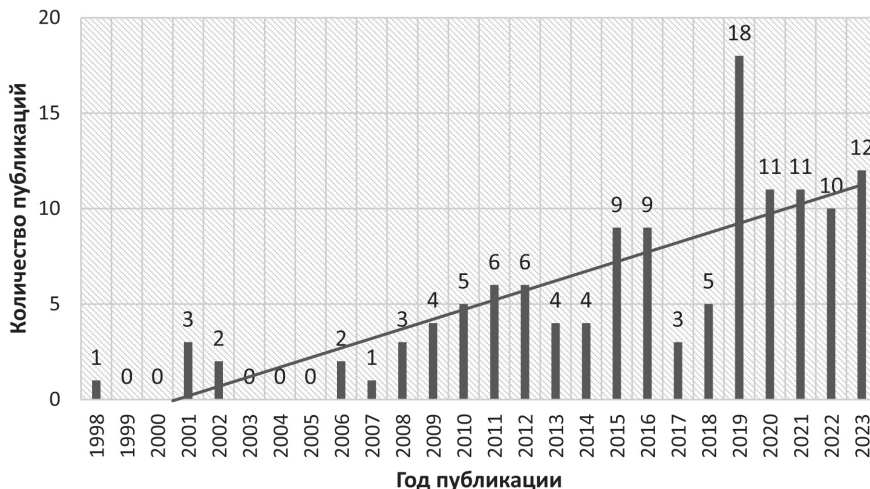


Рис. 2. Распределение статей по годам

был дополнен авторами с учетом специфики аннотаций (например: «methodology», «findings», «implication»).

Обработанные данные были преобразованы в матричную структуру (document-by-term matrix), где столбцы представляют собой n-граммы, а строки — аннотации статей. Размер каждого n-грамма составлял два слова (биграммы), чтобы получить более точные результаты [20], а также не потерять определение «социального капитала», который состоит из двух слов. После кодирования с помощью CountVectorizer

из пакета scikit-Learn было извлечено 45 биграмм, которые объединились в 6 тем посредством алгоритма тематического моделирования с разным количеством итераций и случайных чисел.

Завершающим этапом были анализ текста статей, который проводился путем их прочтения исследователями, и последующая экспертная оценка на основе тем, полученных в ходе тематического анализа. В таблице представлено распределение публикаций по темам, а на рис. 3 — процесс тематического анализа предметного поля.

Таблица 1

**Распределение статей по темам**

| № темы | Кол-во статей | Основные словосочетания  |
|--------|---------------|--|
| 1      | 37            | social capital (социальный капитал), first generation (первое поколение), family social (семейное социальное), social network (социальная сеть), human capital (человеческий капитал), old generation (старшее поколение), capital theory (теория капитала)  |
| 2      | 33            | social capital (социальный капитал), young generation (молодое поколение), capital use (использование капитала), role social (социальная роль), second generation (второе поколение), organizational social (организационный социальный), united states (Соединенные Штаты), level social (социальный уровень) |

| № темы | Кол-во статей | Основные словосочетания  |
|--------|---------------|--|
| 3      | 12            | family firm (семейная фирма), social capital (социальный капитал), family member (член семьи), family ownership (семейная собственность), long term (долгосрочный), family social (семейное социальное), high level (высокий уровень), socio economic (социо экономический)                            |
| 4      | 26            | family business (семейный бизнес), social capital (социальный капитал), new generation (новое поколение), social network (социальная сеть), small medium (малый и средний бизнес), medium size (средний размер), transfer social (социальный трансфер/передача), next generation (следующее поколение) |
| 5      | 13            | second generation (второе поколение), individual level (индивидуальный уровень), social capital (социальный капитал), generation immigrant (поколение иммигрантов), bonding social (связующие социальные [связи]), first second (первое-второе [поколения]), human capital (человеческий капитал)      |
| 6      | 8             | young people (молодые люди), high education (высшее образование), social network (социальная сеть), labour market (рынок труда), cultural capital (культурный капитал), network social (сети взаимодействия), first generation (первое поколение), social capital (социальный капитал)                 |

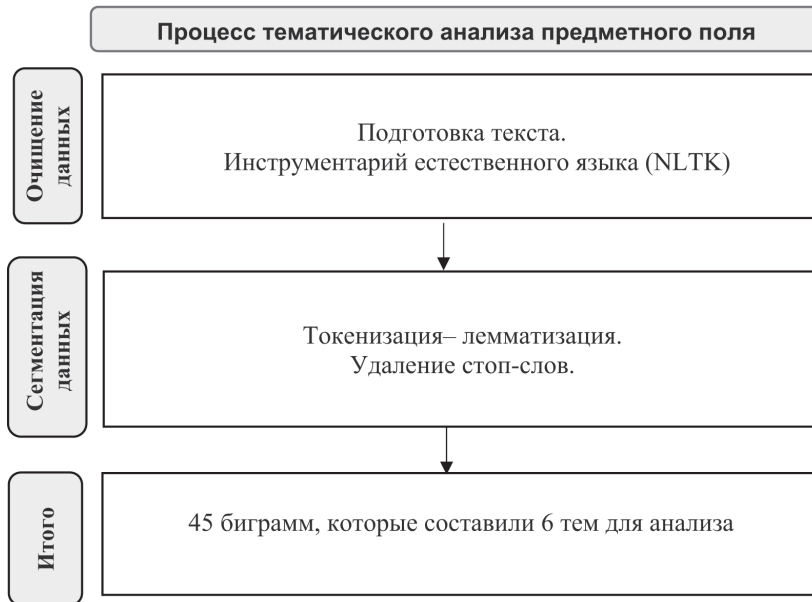


Рис. 3. Обзор предметного поля

### Обобщение данных и представление результатов

Выделенные темы были интерпретированы исследователями, чтобы

определить тип доступных данных, наиболее часто применяемые методы, ключевые понятия, конструкты и факторы в области социального капитала

поколений, а также пробелы в исследованиях.

### Тема 1. Цифровая трансформация социального капитала через социальные сети

Тема включает 37 статей, в которых прослеживается изучение накопления, консолидации и реализации социального капитала в организационном контексте через социальные сети (social network). Интересно отметить, что анализируются не только поколения с точки зрения различий в возрасте, но и особенности социального капитала, например, у мигрантов в первом поколении или тех, кто впервые в семье получил соответствующий уровень образования (first generation). В теме можно выделить четыре основных направления исследований (см. рис. 4).

*Во-первых*, особенности в накоплении и реализации организационного социального капитала изучаются у представителей различных возрастных когорт [6]. Гроу и Ян (Grow & Yang) [33], например, используют теорию социального капитала для определения ожиданий поколения Z от будущего рабочего места с акцентом

на развитие социальных навыков (soft skills), которые являются основой для создания сетей контактов (relationship networks) и оказывают поддержку в ходе организационных изменений. Учитывая общую демографическую ситуацию в мире, связанную со старением населения, активно анализируются особенности людей пожилого возраста. В этом направлении особое внимание уделяется таким аспектам, как экономическая, трудовая, социальная активность, социальное самочувствие граждан «третьего возраста» [7], а также формированию у них социальных связей, в том числе и с молодыми коллегами [38], т.е. процессам социализации через социальные сети.

*Во-вторых*, в статьях анализируются предпринимательские и организационные особенности в накоплении и реализации социального капитала у мигрантов в первом поколении. Например, как социальный капитал влияет на склонность к риску в бизнесе [54] или обеспечивает успех в предпринимательстве наряду с человеческим капиталом [64]. Авторы сходятся во мнении, что для мигрантов, особенно в первом поколении, социаль-

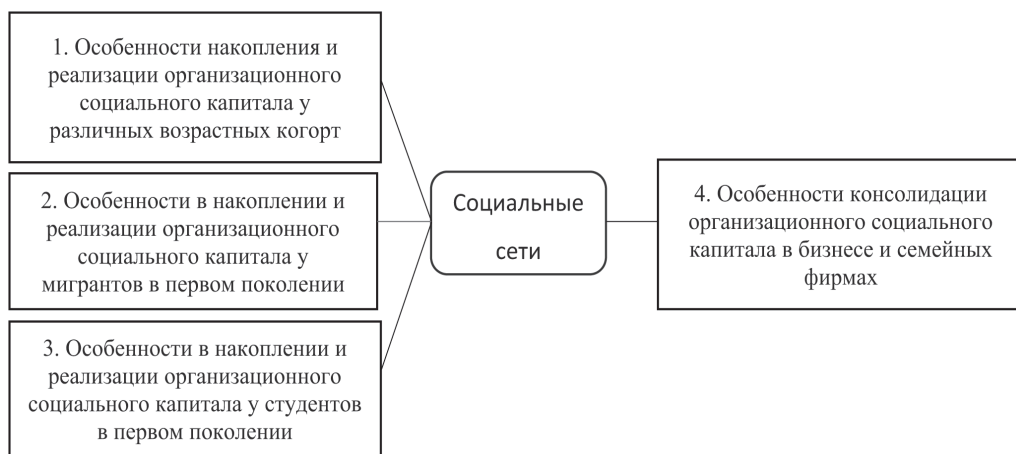


Рис. 4. Накопление, консолидация и реализация социального капитала через соцсети



ный капитал крайне важен, однако существуют и некоторые сложности на пути к его формированию из-за различий в социализации с коренным населением.

*В-третьих*, в статьях делается акцент на роли социального капитала для развития карьеры у студентов высших учебных заведений в первом поколении. Так, социальные связи, установленные в ходе обучения, помогают таким студентам в формировании их карьерных траекторий и завершении образования, особенно при взаимодействии с консультантами, которые имели похожий опыт при получении образования [41].

*В-четвертых*, в статьях исследуются особенности организационной среды, включая семейный бизнес (family firms), оказывающие влияние на консолидацию социального капитала. Например, изучается, как профессиональные социальные связи основателей стартапов влияют на раннюю стадию их развития [62], а также роль контактов лидеров разных возрастов в формировании социального капитала организации [26]. Семейные фирмы, устанавливающие сильные сети контактов как внутри компании, так и с внешними стейкхолдерами, обладают уникальной способностью мобилизовать социальный и человеческий капи-

талы, что способствует их жизнеспособности [37], в том числе и посредством передачи из поколения в поколение наработанных социальных сетей.

Публикации в данной теме основаны на количественных ( $k = 17$ ) или качественных исследованиях (интервью) ( $k = 8$ ). Встречаются реже смешанные методы ( $k = 3$ ), анализ кейсов ( $k = 5$ ) и концептуальные статьи ( $k = 4$ ). На рис. 5 представлен пример визуализации словосочетаний данной темы.

## Тема 2. Мобилизация и накопление организационного социального капитала

Межпоколенческие особенности организационного социального капитала, отражающего качество взаимоотношений в компании, общую заинтересованность в достижении общих целей, а также степень сплоченности сотрудников [50], представлены в 33 статьях. Основной исследовательский вопрос, прослеживающийся в этих публикациях, — как накопление и мобилизация социального капитала могут влиять на организационную деятельность с учетом межпоколенческих различий.

Цифровизация и турбулентные экономические условия стали почвой для

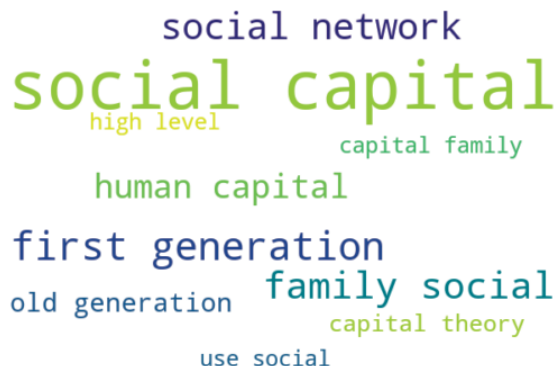


Рис. 5. Облако словосочетаний темы 1

изменений в накоплении и мобилизации организационного социального капитала. Стандарты этического поведения, устанавливаемые менеджерами посредством поведенческих и структурных процессов и практик, ведут к накоплению организационного социального капитала [50], так же как членство в ассоциациях [47] и волонтерство, активность в котором достигает своего пика в среднем возрасте и характерна для пожилых сотрудников, особенно работающих неполный рабочий день [53]. Управлять такими нематериальными ресурсами, как социальный капитал, лучше всего специалистам по связям с общественностью [28].

Мобилизация социального капитала активно используется для привлечения ресурсов [47], например, для создания франчайзинговой сети [25]. Однако отмечаются поколенческие особенности, так, предприниматели, рожденные после 1975 года, имеющие более высокий уровень образования и не являющиеся членами Коммунистической партии Вьетнама, извлекают меньшую выгоду из социальных связей, чем те, кто старше, менее образованы, но являются членами этой партии [47]. Организационный социальный капитал создает среду для взаимодействия поколений, которая способствует обмену знаниями [49] и удовлетворенности работой [43].

В условиях развития информационных технологий корпоративные онлайн-порталы определяют непрерывный процесс накопления и развития социального капитала [9]. Соответственно, изучаются особенности диспозиций молодежи и формирования их социального капитала с учетом цифровой среды [1; 8; 11]. При анализе различных этнических групп отмечается снижение отдельных элементов социального капитала моло-

дежи по сравнению со старшими поколениями [10], актуализируя важность формирования межпоколенного доверия [2] и консолидации организационного социального капитала, включающую в себя оценку организационной культуры, приверженности персонала ценностям и целям, а также уровня организационной идентификации [4]. Этому могут способствовать образовательные учреждения через развитие навыков межличностного общения и сети внешних социальных контактов обучающихся, особенно у получающих образование в первом поколении [32], что ускоряет их социализацию в обществе.

В статьях использовались количественные методы ( $k = 6$ ) или они были концептуальными ( $k = 10$ ), качественные исследования с использованием интервью были отмечены в 4 публикациях, остальные три — в формате кейсов.

### **Тема 3. Социальный капитал поколений как устойчивость семейных фирм**

Данная тема включает 12 статей, которые позволяют ответить на вопрос, какие факторы, связанные с поколениями, способствуют устойчивому развитию семейных фирм, а какие — ему угрожают (рис. 6.).

*Семейная фирма* — это организация, которой управляет доминирующая коалиция, представленная членами одной семьи или малого количества нескольких семей так, чтоб бизнес мог наследоваться из поколения в поколение [21]. Под семьей понимается система отношений между ее представителями, которые разделяют общие ценности (например, такие как честность, трудолюбие, ответственность перед обществом) и цели, составляющие основу семейного социального капитала [14].

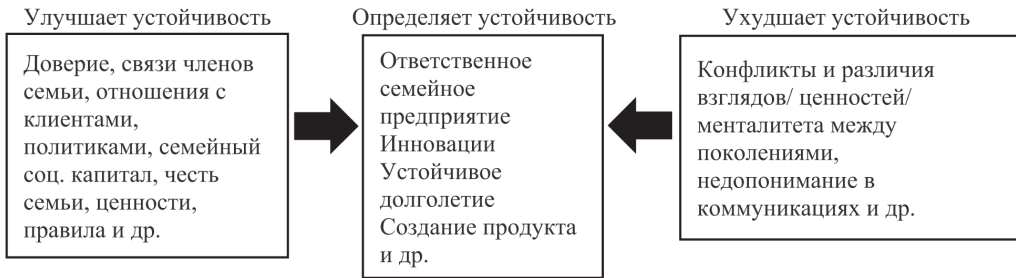


Рис. 6. Устойчивость семейных фирм

*Семейный социальный капитал* — это социальные отношения, которые сопровождают действия членов семьи, формируя устойчивое конкурентное преимущество фирмы по причине трудности их копирования [15]. Семья является и создателем, и полем для формирования семейного социального капитала.

*Устойчивость фирм* — способность предпринимать эффективные трансформационные действия в условиях непредсказуемости и перемен [30], которые выражаются в трех формах: выживание, адаптация и инновации, в том числе и в условиях природных происшествий, например, после урагана [56]. Нарушить устойчивость фирм могут проблемы в коммуникациях между представителями разных поколений одной семьи, различия в ценностях, анахроничность менталитета [14]; появление нескольких лагерей; потеря части потенциала при передаче управления следующему поколению; задержка в освоении нового в период адаптации; сокращение возможностей для сотрудничества, основанного на личных отношениях или ресурсах, носитель которых уходит из компании, передавая дела [15]; ошибка бифуркации — неконтрольная расстановка приоритетов в отношении активов, имеющих ценность для семьи [22]; семейный авторитет, сдерживающий инновационность; длительные часы труда [30]; отказ

от рискованных шагов и возможностей расширения, чтоб сохранить бизнес для семьи или в ее рамках [31].

Поддерживают устойчивость: семейный социальный капитал [67], социальный капитал, сплачивающий группу — «социальные узы» (bonding social capital) и соединяющий ее с внешним миром — «социальные мосты» (bridging social capital) [22], организационный социальный капитал [15] и организационный социальный капитал поколений [3]. Отдельное внимание обращают на веру в возможность семьи выстоять в сложных условиях, а также желание жить, работать в определенной местности, что связано со стилем жизни [30]. Среди других факторов упоминают: социально-эмоциональное благосостояние; эффектуацию; индивидуальную идентичность, связанную с семейным бизнесом; ресурсы (активы, знания, бренд, репутация); понимание динамики развития бизнеса; семейное наследие; мотивацию и моральное влияние [67]; неизменные виды деятельности и организационные процессы, которые создают лучшие результаты по сравнению с конкурентами; силу связей между членами семьи, вовлеченными в деятельность фирмы; поколенческое разнообразие — понимание потребностей рынка, обмен знаниями, идеями между поколениями; степень вовлечен-

ности членов семьи в управление и финансовые вопросы [15]; важность связи с окружающей средой, доверие с сотрудниками и клиентами, а также время и усилия, которые отводятся на передачу бизнеса наследнику [31].

Отдельно выделяют факторы, которые имеют непредсказуемое влияние — могут как ухудшить, так и усилить устойчивость бизнеса, например, тенденция к неформальному управлению делами, ключевая роль доверия, более высокий уровень автономии, социальная защита — членов семьи не так легко уволить, зато низкая текучесть ведет к экономии на затратах, связанных с наймом, адаптацией, обучением [31].

Среди методов встречаются анализ кейсов ( $k = 2$ ), интервью ( $k = 1$ ), модели структурных уравнений (SEM) ( $k = 3$ ), регрессионный ( $k = 2$ ) и факторный анализ ( $k = 1$ ). Остальные статьи — концептуальные. Например, интересный подход предлагает теоретическую рамку «FIBER»: F — намерение сохранить контроль за представителями семьи (family control intention); I — идентификация членов семьи с данным бизнесом (identification); B — социальные связи (binding social ties), E — эмоциональная связь (emotional attachment); R — обновление семейных связей через династическую преемственность (renewal) [67].

#### Тема 4. Социальный капитал для транспоколенческого предпринимательства

В группе, которая включает 26 статей, поднимаются вопросы династичности семейных предприятий (intra-family succession), связанные с теорией предпринимательства: как появляются семейные предприятия, в частности у мигрантов [17; 18]; какие предпринимательские намерения и решения у поколений, наследующих или передающих компанию; как происходит наследование бизнеса — какие формы передачи бизнеса и способы сохранения при этом социального капитала [63]; как сохраняется и удерживается через поколения предпринимательская культура [35], фамильный профессиональный бренд [39], почему появляются эффекты обновления социальной сети (renewal-of-network effect) и разрыва поколений (generation-gap-effect) [58] (рис. 7).

В отличие от статей третьей темы, данные исследования изучают стратегии воспроизводства предпринимательских династий на уровне микробизнеса (<10 сотрудников), малого и среднего бизнеса, самих предпринимателей и членов их семей. При этом не каждый семейный бизнес зарегистрирован юридически как фирма. Такие компании отличаются большей гибкостью [51], инновационно-

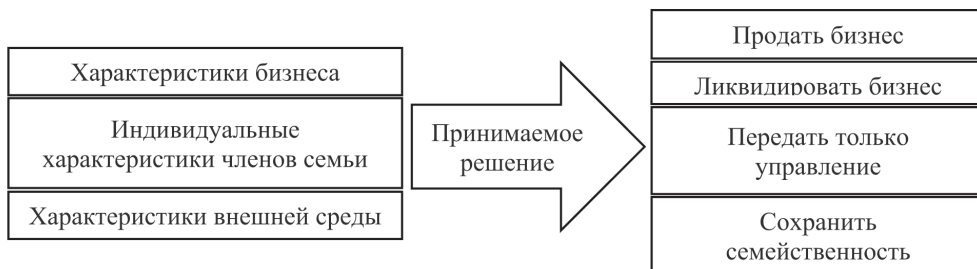


Рис. 7. Факторы, влияющие на решения о воспроизводстве поколенческой преемственности бизнеса

стью [62], но рациональность принятия решений ограничена личным отношением предпринимателя к денежным аспектам и финансовым институтам, семейными и культурными традициями [17], фамильярностью, особым балансом контроля и автономии [51].

Опыт показывает, что среди небольших предприятий наследование происходит в рамках двух поколений и основывается на фидуциарных отношениях (лично-доверительных связях) [65]. Такой подход может приводить к дискриминации представителей следующего поколения [29], так как преимущество часто отдается старшим сыновьям [51]. Соответственно, в контексте социального капитала отдельно рассматривается трансколенческое предпринимательство (transgenerational entrepreneurship) [35], а также управление семейным бизнесом, изучающее, как семейный социальный капитал становится организационным [27; 63].

В рамках миграции населения отдельное внимание уделяется транснациональным (торговым) сетям (transnational (trading) networks), представляющим сочетание высокого уровня «соединяющего» (bridging) социального капитала с низким уровнем «сплачивающего» (bonding) социального капитала [53]. В этих исследованиях вводится понятие нового поколения предпринимателей (new generation entrepreneurs) — основатели бизнеса, которые были рождены и выросли в стране, в которую иммигрировали их родители [53]. Альтернативное определение термина «новое поколение предпринимателей» — те, кто родились в определенный период, например, с 1980-х до 1990-х годов [66]. В исследованиях обращаются и к установленным названиям поколений, например, поколение Z [12].

В работах использовались следующие методы: кейс-стади ( $k = 12$ ), интервью ( $k = 7$ ) и опросники ( $k = 4$ ), SEM ( $k = 2$ ), остальные статьи — концептуальные.

### **Тема 5. Социальный капитал как источник межпоколенческого потенциала**

Тема включает 13 статей, 10 из которых позволяют ответить на вопрос, как влияют компоненты социального капитала на карьерные траектории и предпринимательскую активность мигрантов в первом и втором поколениях. В условиях миграционных потоков траектории предпринимательской и трудовой ассимиляции иммигрантов (first generation) и их детей (second generation) формируются включенностью в социальные сети и наделенностью человеческим, культурным и социальным капиталом, а не расой или статусом иммигранта в США [47], аналогичные результаты были получены в европейских странах [59].

Транснациональная карьера у детей иммигрантов во многом связана со степенью вовлеченности респондентов в социальные сети в местах, где предполагается мобильность, и, в частности, наличием там родственных связей и друзей [60], а также зависит от индивидуального уровня восприятия дискриминации на рынке труда [24]. Карьера женщин-мигрантов во втором поколении взаимосвязана с человеческим капиталом (образование и знание языка), ассимиляцией культурных ценностей, установлением социальных связей с местным населением, а также с количеством детей и семейным положением [16].

В ряде статей затрагивается тема социального капитала как межпоколенных социальных взаимодействий или характеристик на уровне сообщества, которые повышают квалификацию или произ-

водительность труда и, следовательно, доход [45]. Так, было обнаружено, что социальное доверие является единственной переменной, положительно влияющей на ежемесячный заработок пожилых работников в различных странах, включая Россию [42]. Вариативность возраста в команде усиливает межличностное доверие между руководителем проекта и внешним консультантом, принадлежащим к разным поколениям [68].

В статьях этой темы используются количественные методы с применением регрессионного анализа ( $k = 7$ ), логистической регрессии ( $k = 2$ ) и анализа последовательностей ( $k = 1$ ). Интервью, смешанный метод и анализ кейсов встретились в трех публикациях.

#### **Тема 6. Социальный капитал молодежи при выходе на рынок труда**

Тема включила 8 статей, которые отвечают на вопрос, какую роль выполняет социальный капитал при выходе молодежи на рынок труда и в процессе социализации.

Переход молодых людей во взрослую жизнь и на рынок труда больше не является линейным; признается, что это очень подвижный, индивидуальный и сложный путь, в котором большую роль для экономически незащищенных молодых людей имеет формирование социальных отношений, особенно наведение «мостов» за пределами привычного круга общения посредством участия в общественных проектах [44], консультациях, стажировках и специализированном обучении, организованных службами занятости [55]. Отсутствие социального и культурного капитала ограничивает возможности трудоустройства студентов университетов в первом поколении [35].

Отдельное внимание уделяется социальным сетям с акцентом на их управ-

ление либо молодежью (youth-managed networks), либо взрослыми (adult-managed networks) [48]. Так, О.А. Чебунина [13] рассматривает качество социальной сети как аспект формирования виртуального социального капитала молодежи, являющегося неотъемлемой частью социализации. Склонность молодых людей через соответствующие социальные сети устанавливать и поддерживать стратегические отношения, которые предоставляют ключевую информацию и улучшают их социальное положение, ведет к более высокому уровню психологического благополучия, самооценки и удовлетворенности жизнью, что также способствует трудоустройству [19].

В работах использовались следующие методы: кейс-стади ( $k = 1$ ), интервью ( $k = 3$ ), регрессионный анализ ( $k = 2$ ), смешанный метод ( $k = 1$ ), одна статья была концептуальной.

#### **Выводы**

1. Обзор тематического поля изучения социального капитала поколений в организации посредством тематического моделирования позволил выявить шесть тем, характерных для современной научной литературы. Представленный механизм упрощает работу по анализу большого массива публикаций и дает идеи исследователям по их систематизации.

2. Детальный анализ публикаций в каждой теме позволил сделать следующие обобщения:

2.1. Накопление и реализация социального капитала у возрастных когорт, поколений мигрантов и студентов в первом поколении осуществляются через цифровую трансформацию социума, а именно — социальные сети, которые активно используются при консолидации организационного капитала в бизнесе и семейных фирмах.

2.2. Социальный капитал как источник межпоколенческого потенциала усиливает межличностное доверие у представителей разных возрастных когорт, а также влияет на ассимилированность поколений мигрантов в трудовую деятельность, развитие их карьеры и социализацию.

2.3. Социальный капитал становится основой устойчивости семейной фирмы, однако в процессе внутрисемейной поколенческой преемственности могут возникать критические моменты, которые или становятся угрозой для устойчивости бизнеса, или усиливают ее. В период преемственности может повышаться инновационность, особенно когда вместе работают члены семьи и наемные сотрудники [57].

2.4. Цифровизация и турбулентные экономические условия стали почвой для изменений в накоплении и мобили-

зации организационного социального капитала, особенно у молодежи.

2.5. Организационный социальный капитал как мезоуровень создает среду для взаимодействия поколений, в том числе и у предпринимателей-мигрантов, которая способствует консолидации через обучение и развитие, обмен знаниями и удовлетворенность работой.

2.6. Социальный капитал облегчает молодежи выход на рынок труда через формирование социальных отношений за пределами привычного круга общения посредством участия в общественных проектах, консультациях, стажировках и специализированном обучении, организованных службами занятости или учебными заведениями. Накопленный социальный капитал является основой для динамичной социализации молодежи на рынке труда.

## Литература

1. Аврамова Е.М. Социальное позиционирование и социальные практики российских миллениалов // Вестник Института социологии. 2019. Т. 30. № 3. С. 78–95. DOI:10.19181/viz.2019.30.3.591
2. Аккожова А.К., Кожомбердиева Н.Т., Артыкбаева С.Ж. К вопросу формирования социального капитала студентов в высших учебных заведениях // Тенденции развития науки и образования. 2023. Т. 93. № 1. С. 13–17. DOI:10.18411/trnio-01-2023-03
3. Волкова Н.В. Модель изучения организационного социального капитала поколений // Организационная психология. 2023. Т. 13. № 3. С. 201–226. DOI:10.17323/2312-5942-2023-13-3-201-226
4. Волкова Н.В., Чикер В.А., Почебут Л.Г. Различия поколений в консолидации социального капитала: организационный и субкультурный аспекты // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10. № 2. С. 127–145. DOI:10.17759/sps.2019100210
5. Кулакова Е.Н., Настаушева Т.Л., Кондратьева И.В. Систематическое обзорное исследование литературы по методологии scoring review // Вопросы современной педиатрии. 2021. Т. 20. № 3. С. 210–222. DOI:10.15690/vsp.v20i3/2271
6. Мирошниченко Н.В. Особенности социального капитала поколений X и Y в сетевых сообществах // Молодой исследователь Дона. 2019. Т. 3. № 18. С. 130–133.
7. Потехина И.П., Чижов Д.В. Потенциал старшего поколения как составляющая национального человеческого капитала // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. Т. 2. № 132. С. 3–23. DOI:10.14515/monitoring.2016.2.01
8. Резанова Е.В. Трансформация социального капитала молодежи в век информационных технологий // Современная молодежь и общество. 2021. Т. 9. С. 98–101.

9. Розенберг Н.В., Карпова М.К. Интернет-пространство в формировании социального капитала молодежи // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2019. Т. 4. № 52. С. 95–106. DOI:10.21685/2072-3016-2019-4-10
10. Татарко А.Н., Чуйкина Н.В. Взаимосвязь множественных идентичностей и социального капитала на постсоветском пространстве: межпоколенный анализ // Культурно-историческая психология. 2021. Т. 17. № 4. С. 65–73. DOI:10.17759/chnp.2021170407
11. Толстикова И.И. и др. Специфика социального капитала поколения Z в условиях виртуализации социального конструирования реальности // Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. 2021. № 5. С. 117–129. DOI:10.17586/2587-8557-2020-5-117-129
12. Толстикова И.И. и др. Влияние интернета на коммуникативную компетентность поколения Z и сетевые возможности его обучения // Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. 2022. № 6. С. 129–146. DOI:10.17586/2587-8557-2022-6-129-146
13. Чебунина О.А. Виртуальный социальный капитал в процессе интернет-социализации молодежи // Гуманитарий Юга России. 2019. Т. 8. № 1. С. 229–241. DOI:10.23683/2227-8656.2019.1.18
14. Aragón-Amonarriz C., Arredondo A.M., Iturrioz-Landart C. How Can Responsible Family Ownership be Sustained Across Generations? A Family Social Capital Approach // Journal of Business Ethics. 2019. Vol. 159. № 1. P. 161–185.
15. Barros-Contreras I. et al. Can we make family social capital flourish? The moderating role of generational involvement // Journal of Family and Economic Issues. 2023. Vol. 44. № 3. P. 655–673.
16. Blau F.D. Immigrants and gender roles: assimilation vs. culture // IZA J Migration. 2015. Vol. 4. № 1. DOI:10.1186/s40176-015-0048-5
17. Boateng B., Silva M., Seaman C. Financing decisions of migrant family businesses: the case of a Ghanaian-owned shop in Kent // Journal of Family Business Management. 2019. Vol. 9. № 1. P. 24–39.
18. Cam D.W., Lefranc H.H., Weston J.M.C. Gringo Entrepreneurship in Latin America. The Thorndikes of Peru, 1901-1938 // Journal of Evolutionary Studies in Business. 2019. Vol. 4. № 1. P. 180–207.
19. Castillo De Mesa J. et al. Social Networking Sites and Youth Transition: The Use of Facebook and Personal Well-Being of Social Work Young Graduates // Front. Psychol. 2020. Vol. 11. DOI:10.3389/fpsyg.2020.00230
20. Chauhan U., Shah A. Topic Modeling Using Latent Dirichlet allocation: A Survey // ACM Comput. Surv. 2022. Vol. 54. № 7. P. 1–35.
21. Chua J.H., Chrisman J.J., Sharma P. Defining the Family Business by Behavior // Entrepreneurship Theory and Practice. 1999. Vol. 23. № 4. P. 19–39.
22. Ciravegna L. et al. Corporate Diplomacy and Family Firm Longevity // Entrepreneurship Theory and Practice. 2020. Vol. 44. № 1. P. 109–133.
23. Coleman J.S. Social Capital in the Creation of Human Capital // American Journal of Sociology. 1988. Vol. 94. P. S95–S120.
24. Connor P., Koenig M. Explaining the Muslim employment gap in Western Europe: Individual-level effects and ethno-religious penalties // Social Science Research. 2015. Vol. 49. P. 191–201.
25. Czakon W. Social capital at work: the case of franchise network formation // International Journal of Innovation and Learning. 2010. Vol. 7. № 2. P. 134–150.
26. Dastmalchian A. et al. Developing a measure for “connectorship” as a component of engaged leadership // Leadership & Organization Development Journal. 2016. Vol. 37. № 3. P. 403–427.
27. Deng X. Embedding ‘familiness’ in HRM practices to retain a new generation of migrant workers in China // Asia Pacific Business Review. 2018. Vol. 24. № 4. P. 561–577.



28. *Dodd M.D.* Intangible resource management: social capital theory development for public relations // *JCOM*. 2016. Vol. 20. № 4. P. 289–311.
29. *Elliott C. et al.* «What my guidance councillor should have told me»: The importance of universal access and exposure to executive-level advice // *Electronic Journal of e-Learning*. 2013. Vol. 11. № 3. P. 239–252.
30. *Engeset A.B.* “For better or for worse” – the role of family ownership in the resilience of rural hospitality firms // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2020. Vol. 20. № 1. P. 68–84.
31. *Fendri C., Nguyen P.* Secrets of succession: how one family business reached the ninth generation // *Journal of Business Strategy*. 2019. Vol. 40. № 5. P. 12–20.
32. *Froese F.J., Hong L.-Y.* Employability skills of the next generation of Chinese factory workers // *Career Development International*. 2022. Vol. 27. № 6/7. P. 657–679.
33. *Grow J.M., Yang S.* Generation-Z Enters the Advertising Workplace: Expectations Through a Gendered Lens // *Journal of Advertising Education*. 2018. Vol. 22. № 1. P. 7–22.
34. *Hagen L.* Content analysis of e-petitions with topic modeling: How to train and evaluate LDA models? // *Information Processing & Management*. 2018. Vol. 54. № 6. P. 1292–1307.
35. *Hanson S.K., Hessel H.M., Danes S.M.* Relational processes in family entrepreneurial culture and resilience across generations // *Journal of Family Business Strategy*. 2019. Vol. 10. № 3. DOI:10.1016/j.jfbs.2018.11.001
36. *Huesmann M. et al.* The sticky steps of the career ladder for engineers: the case of first-generation students in Germany // *Work Organisation, Labour & Globalisation*. 2020. Vol. 14. № 2. P. 81–97.
37. *Jones O. et al.* Dynamic capabilities in a sixth-generation family firm: Entrepreneurship and the Bibby Line // *Business History*. 2013. Vol. 55. № 6. P. 910–941.
38. *Kim J., Chung S.* Is an Intergenerational Program Effective in Increasing Social Capital among Participants? A Preliminary Study in Korea // *Sustainability*. 2022. Vol. 14. № 3. DOI:10.3390/su14031796
39. *Klimenko L., Posukhova O.* Small Business Dynasties in Modern Russia: Strategies and Prospects for Reproduction // *Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika*. 2021. Vol. 9. № 1. P. 43–60.
40. *Kobayashi V.B. et al.* Text Mining in Organizational Research // *Organizational Research Methods*. 2018. Vol. 21. № 3. P. 733–765.
41. *Krieger Cohen P.E., Johnson A.T.* Career Counselors Self-Disclosing to First-Generation College Students: A Grounded Theory Study // *Journal of Career Development*. 2022. Vol. 49. № 3. P. 491–504.
42. *Lim D.H. et al.* Older workers' education and earnings among OECD countries // *European Journal of Training and Development*. 2018. Vol. 42. № 3/4. P. 170–190.
43. *Mason V.C., Hennigan M.L.* Occupational therapy practitioners' ratings of job satisfaction factors through a lens of social capital // *Occupational Therapy in Health Care*. 2019. Vol. 33. № 1. P. 88–107.
44. *Miller J. et al.* Exploring youths' perceptions of the hidden practice of youth work in increasing social capital with young people considered NEET in Scotland // *Journal of Youth Studies*. 2015. Vol. 18. № 4. P. 468–484.
45. *Morell I.A.* “I do not understand how I became a farmer”: The small-peasant path to family farm enterprise in post-socialist rural Hungary // *Development Studies Research*. 2014. Vol. 1. № 1. P. 88–99.
46. *Nee V., Drouhot L.G.* Immigration, opportunity, and assimilation in a technology economy // *Theory and Society*. 2020. Vol. 49. № 5–6. P. 965–990.
47. *Ngo V.D. et al.* Social capital inequality and capital structure of new firms in a developing country: the role of bank ties // *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2021. Vol. 27. № 7. P. 1649–1673.

48. *Ødegård G., Berglund F.* Opposition and Integration in Norwegian Youth Networks // *Acta Sociologica*. 2008. Vol. 51. № 4. P. 275–291.
49. *Ózek H.* The relationship between social capital, knowledge sharing and trust: a study between baby boomers, X and Y generations // *GBER*. 2021. Vol. 25. № 3/4. P. 292–312.
50. *Pastoriza D., Ariño M.A., Ricart J.E.* Ethical Managerial Behaviour as an Antecedent of Organizational Social Capital // *J Bus Ethics*. 2008. Vol. 78. № 3. P. 329–341.
51. *Perricone P.J., Earle J.R., Taplin I.M.* Patterns of Succession and Continuity in Family-Owned Businesses: Study of an Ethnic Community // *Family Business Review*. 2001. Vol. 14. № 2. P. 105–121.
52. *Piatak J.S.* Altruism by Job Sector: Can Public Sector Employees Lead the Way in Rebuilding Social Capital? // *Journal of Public Administration Research and Theory*. 2014. Vol. 25. № 3. P. 877–900.
53. *Ren N.* Transnational Networks and Institutional Embeddedness: Reengagement of the New Generation of Malaysian Chinese Entrepreneurs with China // *Asian Journal of Social Science*. 2021. Vol. 49. № 4. P. 215–224.
54. *Rodríguez-Gutiérrez M.J., Romero I., Yu Z.* Guanxi and risk-taking propensity in Chinese immigrants' businesses // *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2020. Vol. 16. № 1. P. 305–325.
55. *Rodríguez Soler J., Verd J.M.* Informal social capital building in local employment services: Its role in the labour market integration of disadvantaged young people // *Social Policy & Administration*. 2023. Vol. 57. № 5. P. 679–699.
56. *Salvato C. et al.* Natural disasters as a source of entrepreneurial opportunity: Family business resilience after an earthquake // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2020. Vol. 14. № 4. P. 594–615.
57. *Sanchez-Famoso V. et al.* Social capital and innovation in family firms: The moderating roles of family control and generational involvement // *Scandinavian Journal of Management*. 2019. Vol. 35. № 3. DOI:10.1016/j.scaman.2019.02.002
58. *Schell S., Hiepler M., Moog P.* It's all about who you know: The role of social networks in intra-family succession in small and medium-sized firms // *Journal of Family Business Strategy*. 2018. Vol. 9. № 4. P. 311–325.
59. *Schels B., Schwarz L.* Are trainees with a migration background in a worse position? Resources, occupational aspirations and ethnic differences in the socio-economic status of the training occupation // *SozW*. 2020. Vol. 71. № 4. P. 407–439.
60. *Shahrokni S.* The transnational career aspirations of France's high-achieving second-generation Maghrebi migrants // *Journal of Ethnic and Migration Studies*. 2019. Vol. 45. № 3. P. 437–454.
61. *Somboonvechakarn C. et al.* Communicating innovation and sustainability in family businesses through successions // *Heliyon*. 2022. Vol. 8. № 12. DOI:10.1016/j.heliyon.2022.e11760
62. *Spiegel O. et al.* Business model development, founders' social capital and the success of early stage internet start ups: a mixed-method study // *Information Systems Journal*. 2015. Vol. 26. № 5. P. 421–449.
63. *Steier L.* Next-Generation Entrepreneurs and Succession: An Exploratory Study of Modes and Means of Managing Social Capital // *Family Business Review*. 2001. Vol. 14. № 3. P. 259–276.
64. *Urban B., Murimbika M., Mhangami D.* Immigrant entrepreneurship with a focus on human and social capital as determinants of success: evidence from South Africa // *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. 2022. Vol. 16. № 2. P. 257–272.
65. *Volkov D.A.* Family business in Russia: Results of the empirical research // *World Applied Sciences Journal*. 2014. Vol. 30. № 4. P. 468–474.
66. *Wang R., Zhou H., Wang L.* The Influence of Psychological Capital and Social Capital on the Entrepreneurial Performance of the New Generation of Entrepreneurs // *Front Psychol*. 2022. Vol. 13. DOI:10.3389/fpsyg.2022.832682

67. Welsh D.H.B., Llanos-Contreras O., Hebles M.R. Effectuation and strategic evolution for sustainable longevity: the case of a 19th-generation family firm // *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2023. DOI:10.1108/IJEBr-07-2023-0684
68. Williams M. Being trusted: How team generational age diversity promotes and undermines trust in cross-boundary relationships // *J Organ Behav*. 2016. Vol. 37. № 3. P. 346–373.

### References

1. Avraamova E.M. Sotsial'noe pozitsionirovanie i sotsial'nye praktiki rossiiskikh millenialov [The social positioning and social practices of Russian millennials]. *Vestnik Instituta sociologii = Bulletin of the Institute of Sociology*, 2019. Vol. 30, no. 3, pp. 78–95. DOI:10.19181/vis.2019.30.3.591
2. Akkozhoeva A.K., Kozhombardieva N.T., Artykbaeva S.Zh. K voprosu formirovaniya sotsial'nogo kapitala studentov v vysshikh uchebnykh zavedeniyakh [On the issue of forming the social capital of students in higher educational institutions]. *Tendencii razvitiya nauki i obrazovaniya = Trends in the development of science and education*, 2023. Vol. 93, no. 1, pp. 13–17. DOI:10.18411/trnio-01-2023-03
3. Volkova N.V. Model' izucheniya organizatsionnogo sotsial'nogo kapitala pokolenii [The framework for studying organizational social capital of generations]. *Organizatsionnaya psikhologiya = Organizational psychology*, 2023. Vol. 13, no. 3, pp. 201–226. DOI:10.17323/2312-5942-2023-13-3-201-226
4. Volkova N.V., Chiker V.A., Pochebut L.G. Razlichiya pokolenii v konsolidatsii sotsial'nogo kapitala: organizatsionnyi i subkul'turnyi aspekty [Consolidation of the social capital among different generational cohorts: organizational and subcultural facets]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2019. Vol. 10, no. 2, pp. 127–145. DOI:10.17759/sps.2019100210
5. Kulakova E.N., Nastausheva T.L., Kondrat'eva I.V. Sistematischeskoe obzornoe issledovanie literatury po metodologii scoping review [Scoping Review Methodology: History, Theory and Practice]. *Voprosy sovremennoj pediatrii – Current Pediatrics*, 2021. Vol. 20, no. 3, pp. 210–222. DOI:10.15690/vsp.v20i3/2271
6. Mirosnichenko N.V. Osobennosti sotsial'nogo kapitala pokolenii Kh i Y v setevykh soobshchestvakh [Features of the social capital in generations X and Y in online communities]. *Molodoj issledovatel' Dona = The young researcher of the Don*, 2019. Vol. 3, no. 18, pp. 130–133.
7. Potekhina I.P., Chizhov D.V. Potentsial starshego pokoleniya kak sostavlyayushchaya natsional'nogo chelovecheskogo kapitala [Potential of senior citizens as a component of national human capital]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny = Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes Journal*, 2016. Vol. 2, no. 132, pp. 3–23. DOI:10.14515/monitoring.2016.2.01
8. Rezanova E.V. Transformatsiya sotsial'nogo kapitala molodezhi v vek informatsionnykh tekhnologii [Transformation of the social capital of youth in the age of information technology]. *Sovremennaya molodezh' i obshchestvo = Modern youth and society*, 2021. Vol. 9, pp. 98–101.
9. Rozenberg N.V., Karpova M.K. Internet-prostranstvo v formirovanii sotsial'nogo kapitala molodezhi [Internet space in the formation of social capital' youth]. *Izvestiya vysshih uchebnykh zavedenij. Povolzhskij region. Obshchestvennye nauki = University proceedings. Volga region. Social sciences*, 2019. Vol. 4, no. 52, pp. 95–106. DOI:10.21685/2072-3016-2019-4-10
10. Tatarko A.N., Chuikina N.V. Vzaimosvyaz' mnozhestvennykh identichnostei i sotsial'nogo kapitala na postsovetском prostranstve: mezhpokolennyi analiz [The relationship between multiple identities and social capital in the Post-Soviet space: an intergenerational analysis]. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya = Cultural-Historical Psychology*, 2021. Vol. 17, no. 4, pp. 65–73. DOI:10.17759/chp.2021170407
11. Tolstikova I.I. [i dr.] Spetsifika sotsial'nogo kapitala pokoleniya Z v usloviyakh virtualizatsii sotsial'nogo konstruirovaniya real'nosti [The specifics of the social capital of generation Z in

- the context of virtualization of the social construction of reality]. *Informatsionnoe obshchestvo: obrazovanie, nauka, kul'tura i tekhnologii budushchego*, 2021, no. 5, pp. 117–129. DOI:10.17586/2587-8557-2020-5-117-129
12. Tolstikova I.I. [i dr.] Vliyanie interneta na kommunikativnyuyu kompetentnost' pokoleniya Z i setevye vozmozhnosti ego obucheniya [The influence of the Internet on the communicative competence of generation Z and the network possibilities of its training]. *Informatsionnoe obshchestvo: obrazovanie, nauka, kul'tura i tekhnologii budushchego*, 2022, no. 6, pp. 129–146. DOI:10.17586/2587-8557-2022-6-129-146
13. Chebunina O.A. Virtual'nyi sotsial'nyi kapital v protsesse internet-sotsializatsii molodezhi [Virtual social capital in the process of Internet socialization of youth]. *Gumanitarii Yuga Rossii = Humanities of the South of Russia*, 2019. Vol. 8, no. 1, pp. 229–241. DOI:10.23683/2227-8656.2019.1.18
14. Aragón-Amonarriz C., Arredondo A.M., Iturrioz-Landart C. How Can Responsible Family Ownership be Sustained Across Generations? A Family Social Capital Approach. *Journal of Business Ethics*, 2019. Vol. 159, no. 1, pp. 161–185.
15. Barros-Contreras I. et al. Can we make family social capital flourish? The moderating role of generational involvement. *Journal of Family and Economic Issues*, 2023. Vol. 44, no. 3, pp. 655–673.
16. Blau F.D. Immigrants and gender roles: assimilation vs. Culture. *IZA J Migration*, 2015. Vol. 4, no. 1. DOI:10.1186/s40176-015-0048-5
17. Boateng B., Silva M., Seaman C. Financing decisions of migrant family businesses: the case of a Ghanaian-owned shop in Kent. *Journal of Family Business Management*, 2019. Vol. 9, no. 1, pp. 24–39.
18. Cam D.W., Lefranc H.H., Weston J.M.C. Gringo Entrepreneurship in Latin America. The Thorndikes of Peru, 1901-1938. *Journal of Evolutionary Studies in Business*, 2019. Vol. 4, no. 1, pp. 180–207.
19. Castillo De Mesa J. et al. Social Networking Sites and Youth Transition: The Use of Facebook and Personal Well-Being of Social Work Young Graduates. *Front. Psychol.* 2020. Vol. 11. DOI:10.3389/fpsyg.2020.00230
20. Chauhan U., Shah A. Topic Modeling Using Latent Dirichlet allocation: A Survey. *ACM Comput. Surv.*, 2022. Vol. 54, no. 7, pp. 1–35.
21. Chua J.H., Chrisman J.J., Sharma P. Defining the Family Business by Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1999. Vol. 23, no. 4, pp. 19–39.
22. Ciravegna L. et al. Corporate Diplomacy and Family Firm Longevity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2020. Vol. 44, no. 1, pp. 109–133.
23. Coleman J.S. Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 1988. Vol. 94, pp. S95–S120.
24. Connor P., Koenig M. Explaining the Muslim employment gap in Western Europe: Individual-level effects and ethno-religious penalties. *Social Science Research*, 2015. Vol. 49, pp. 191–201.
25. Czakon W. Social capital at work: the case of franchise network formation. *International Journal of Innovation and Learning*, 2010. Vol. 7, no. 2, pp. 134–150.
26. Dastmalchian A. et al. Developing a measure for “connectorship” as a component of engaged leadership. *Leadership & Organization Development Journal*, 2016. Vol. 37, no. 3, pp. 403–427.
27. Deng X. Embedding ‘familiness’ in HRM practices to retain a new generation of migrant workers in China. *Asia Pacific Business Review*, 2018. Vol. 24, no. 4, pp. 561–577.
28. Dodd M.D. Intangible resource management: social capital theory development for public relations. *JCOM*, 2016. Vol. 20, no. 4, pp. 289–311.
29. Elliott C. et al. «What my guidance councillor should have told me»: The importance of universal access and exposure to executive-level advice. *Electronic Journal of e-Learning*, 2013. Vol. 11, no. 3, pp. 239–252.

30. Engeset A.B. “For better or for worse” – the role of family ownership in the resilience of rural hospitality firms. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2020. Vol. 20, no. 1, pp. 68–84.
31. Fendri C., Nguyen P. Secrets of succession: how one family business reached the ninth generation. *Journal of Business Strategy*, 2019. Vol. 40, no. 5, pp. 12–20.
32. Froese F.J., Hong L.-Y. Employability skills of the next generation of Chinese factory workers. *Career Development International*, 2022. Vol. 27, no. 6/7, pp. 657–679.
33. Grow J.M., Yang S. Generation-Z Enters the Advertising Workplace: Expectations Through a Gendered Lens. *Journal of Advertising Education*, 2018. Vol. 22, no. 1, pp. 7–22.
34. Hagen L. Content analysis of e-petitions with topic modeling: How to train and evaluate LDA models? *Information Processing & Management*, 2018. Vol. 54, no. 6, pp. 1292–1307.
35. Hanson S.K., Hessel H.M., Danes S.M. Relational processes in family entrepreneurial culture and resilience across generations. *Journal of Family Business Strategy*, 2019. Vol. 10, no. 3. DOI:10.1016/j.jfbs.2018.11.001
36. Huesmann M. et al. The sticky steps of the career ladder for engineers: the case of first-generation students in Germany. *Work Organisation, Labour & Globalisation*, 2020. Vol. 14, no. 2, pp. 81–97.
37. Jones O. et al. Dynamic capabilities in a sixth-generation family firm: Entrepreneurship and the Bibby Line. *Business History*, 2013. Vol. 55, no. 6, pp. 910–941.
38. Kim J., Chung S. Is an Intergenerational Program Effective in Increasing Social Capital among Participants? A Preliminary Study in Korea. *Sustainability*, 2022. Vol. 14, no. 3. DOI:10.3390/su14031796
39. Klimenko L., Posukhova O. Small Business Dynasties in Modern Russia: Strategies and Prospects for Reproduction. *Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika*, 2021. Vol. 9, no. 1, pp. 43–60.
40. Kobayashi V.B. et al. Text Mining in Organizational Research. *Organizational Research Methods*, 2018. Vol. 21, no. 3, pp. 733–765.
41. Krieger Cohen P.E., Johnson A.T. Career Counselors Self-Disclosing to First-Generation College Students: A Grounded Theory Study. *Journal of Career Development*, 2022. Vol. 49, no. 3, pp. 491–504.
42. Lim D.H. et al. Older workers' education and earnings among OECD countries. *European Journal of Training and Development*, 2018. Vol. 42, no. 3/4, pp. 170–190.
43. Mason V.C., Hennigan M.L. Occupational therapy practitioners' ratings of job satisfaction factors through a lens of social capital. *Occupational Therapy in Health Care*, 2019. Vol. 33, no. 1, pp. 88–107.
44. Miller J. et al. Exploring youths' perceptions of the hidden practice of youth work in increasing social capital with young people considered NEET in Scotland. *Journal of Youth Studies*, 2015. Vol. 18, no. 4, pp. 468–484.
45. Morell I.A. “I do not understand how I became a farmer”: The small-peasant path to family farm enterprise in post-socialist rural Hungary. *Development Studies Research*, 2014. Vol. 1, no. 1, pp. 88–99.
46. Nee V., Drouhot L.G. Immigration, opportunity, and assimilation in a technology economy. *Theory and Society*, 2020. Vol. 49, no. 5–6, pp. 965–990.
47. Ngo V.D. et al. Social capital inequality and capital structure of new firms in a developing country: the role of bank ties. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2021. Vol. 27, no. 7, pp. 1649–1673.
48. Ødegård G., Berglund F. Opposition and Integration in Norwegian Youth Networks. *Acta Sociologica*, 2008. Vol. 51, no. 4, pp. 275–291.
49. Özek H. The relationship between social capital, knowledge sharing and trust: a study between baby boomers, X and Y generations. *GBER*, 2021. Vol. 25, no. 3/4, pp. 292–312.
50. Pastoriza D., Ariño M.A., Ricart J.E. Ethical Managerial Behaviour as an Antecedent of Organizational Social Capital. *J Bus Ethics*, 2008. Vol. 78, no. 3, pp. 329–341.

51. Perricone P.J., Earle J.R., Taplin I.M. Patterns of Succession and Continuity in Family-Owned Businesses: Study of an Ethnic Community. *Family Business Review*, 2001. Vol. 14, no. 2, pp. 105–121.
52. Piatak J.S. Altruism by Job Sector: Can Public Sector Employees Lead the Way in Rebuilding Social Capital? *Journal of Public Administration Research and Theory*, 2014. Vol. 25, no. 3, pp. 877–900.
53. Ren N. Transnational Networks and Institutional Embeddedness: Reengagement of the New Generation of Malaysian Chinese Entrepreneurs with China. *Asian Journal of Social Science*, 2021. Vol. 49, no. 4, pp. 215–224.
54. Rodríguez-Gutiérrez M.J., Romero I., Yu Z. Guanxi and risk-taking propensity in Chinese immigrants' businesses. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2020. Vol. 16, no. 1, pp. 305–325.
55. Rodríguez-Soler J., Verd J.M. Informal social capital building in local employment services: Its role in the labour market integration of disadvantaged young people. *Social Policy & Administration*, 2023. Vol. 57, no. 5, pp. 679–699.
56. Salvato C. et al. Natural disasters as a source of entrepreneurial opportunity: Family business resilience after an earthquake. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2020. Vol. 14, no. 4, pp. 594–615.
57. Sanchez-Famoso V. et al. Social capital and innovation in family firms: The moderating roles of family control and generational involvement. *Scandinavian Journal of Management*, 2019. Vol. 35, no. 3. DOI:10.1016/j.scaman.2019.02.002
58. Schell S., Hiepler M., Moog P. It's all about who you know: The role of social networks in intra-family succession in small and medium-sized firms. *Journal of Family Business Strategy*, 2018. Vol. 9, no. 4, pp. 311–325.
59. Schels B., Schwarz L. Are trainees with a migration background in a worse position? Resources, occupational aspirations and ethnic differences in the socio-economic status of the training occupation. *SozW*, 2020. Vol. 71, no. 4, pp. 407–439.
60. Shahrokni S. The transnational career aspirations of France's high-achieving second-generation Maghrebi migrants. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 2019. Vol. 45, no. 3, pp. 437–454.
61. Somboonvechakarn C. et al. Communicating innovation and sustainability in family businesses through successions. *Heliyon*, 2022. Vol. 8, no. 12. DOI:10.1016/j.heliyon.2022.e11760
62. Spiegel O. et al. Business model development, founders' social capital and the success of early stage internet start-ups: a mixed-method study. *Information Systems Journal*, 2015. Vol. 26, no. 5, pp. 421–449.
63. Steier L. Next-Generation Entrepreneurs and Succession: An Exploratory Study of Modes and Means of Managing Social Capital. *Family Business Review*, 2001. Vol. 14, no. 3, pp. 259–276.
64. Urban B., Murimbika M., Mhangami D. Immigrant entrepreneurship with a focus on human and social capital as determinants of success: evidence from South Africa. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 2022. Vol. 16, no. 2, pp. 257–272.
65. Volkov D.A. Family business in Russia: Results of the empirical research. *World Applied Sciences Journal*, 2014. Vol. 30, no. 4, pp. 468–474.
66. Wang R., Zhou H., Wang L. The Influence of Psychological Capital and Social Capital on the Entrepreneurial Performance of the New Generation of Entrepreneurs. *Front Psychol.*, 2022. Vol. 13. DOI:10.3389/fpsyg.2022.832682
67. Welsh D.H.B., Llanos-Contreras O., Hebles M.R. Effectuation and strategic evolution for sustainable longevity: the case of a 19th-generation family firm. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2023. DOI:10.1108/IJEBr-07-2023-0684
68. Williams M. Being trusted: How team generational age diversity promotes and undermines trust in cross-boundary relationships. *J Organ Behav*, 2016. Vol. 37, no. 3, pp. 346–373.

**Информация об авторах**

*Волкова Наталья Владимировна*, кандидат психологических наук, доцент департамента менеджмента, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9045-4393>, e-mail: [nv.volkova@hse.ru](mailto:nv.volkova@hse.ru)

*Бордунос Александра Константиновна*, ассистент кафедры организационного поведения и управления персоналом, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» (ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0347-3180>, e-mail: [a.bordunos@gsom.spbu.ru](mailto:a.bordunos@gsom.spbu.ru)

*Чикер Вера Александровна*, кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной психологии, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» (ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7444-6898>, e-mail: [vchiker@yandex.ru](mailto:vchiker@yandex.ru)

*Почебут Людмила Георгиевна*, доктор психологических наук, профессор кафедры социальной психологии, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» (ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4390-1442>, e-mail: [ludmila.pochebut@gmail.com](mailto:ludmila.pochebut@gmail.com)

*Кораблева Светлана Андреевна*, аспирант департамента менеджмента, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6012-904X>, e-mail: [sbolshakova@hse.ru](mailto:sbolshakova@hse.ru)

**Information about the authors**

*Natalia V. Volkova*, Candidate of Social Psychology, Associate Professor of the Department of Management, HSE University, Saint Petersburg, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9045-4393>, e-mail: [nv.volkova@hse.ru](mailto:nv.volkova@hse.ru)

*Aleksandra K. Bordunos*, Lecturer of the Department of Organizational Behavior and Personnel Management, Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0347-3180>, e-mail: [a.bordunos@gsom.spbu.ru](mailto:a.bordunos@gsom.spbu.ru)

*Vera A. Chiker*, Candidate of Social Psychology, Associate Professor of the Department of Social Psychology, Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7444-6898>, e-mail: [vchiker@yandex.ru](mailto:vchiker@yandex.ru)

*Ludmila G. Pochebut*, Doctor of Social Psychology, Professor of the Department of Social Psychology, Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4390-1442>, e-mail: [ludmila.pochebut@gmail.com](mailto:ludmila.pochebut@gmail.com)

*Svetlana A. Korableva*, PhD Student of the Department of Management, HSE University, Saint Petersburg, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6012-904X>, e-mail: [sbolshakova@hse.ru](mailto:sbolshakova@hse.ru)

Получена 06.03.2024

Received 06.03.2024

Принята в печать 11.03.2025

Accepted 11.03.2025