

# **МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

## **Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»**

Кафедра социальной политики

Сдано на кафедру

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

Заведующий кафедрой

доктор философских наук, профессор

\_\_\_\_\_ Томашов В.В.

### **Роль Social Media в формировании социального капитала современной молодежи**

39.03.03. Организация работы с молодежью

Научный руководитель:

доцент кафедры социальной политики,

канд. ист. наук.

\_\_\_\_\_ Заец С.В.

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

Студент группы ОРМ-41БО

\_\_\_\_\_ Прокопьев И.Н.

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

Ярославль 2020 г.

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Роль Social Media в формировании социального капитала современной молодежи» содержит 116 страницы текстового документа, 22 рисунка, 2 приложения, 97 источников.

Задачи: проанализировать теоретико-методологические основы изучения социального капитала, рассмотреть эволюцию подходов к определению социального капитала, изучить структуру, виды и функции социального капитала, определить функциональное значение Social Media в формировании социального капитала молодежи, раскрыть понятие и характеристики Social Media, выявить особенности социальных сетей, как инструмента формирования молодежного социального, провести собственное эмпирическое исследование коммуникативных связей молодежи в социальных сетях.

Применяемые методы: контент-анализ, анкетный опрос, анализ социального графа, статистическая обработка данных.

Раскрыты термины «социальный капитал», «социальные сети», «социальные связи», «коммуникация», «сетевое сообщество». Рассмотрены различные подходы к их трактовкам. Сформулированы рабочие понятия для целей ВКР. Рассмотрены особенности социальных сетей в формировании социального капитала современной молодежи. Проведено социологическое исследование по средствам контент анализа, анкетного опроса и анализа социального графа. Выявлены наиболее эффективные способы формирования социального капитала современной молодежи в условиях социальных сетей. Определена структура виртуального социального капитала молодежи. Даны рекомендации по расширению и укреплению социального капитала молодежи путем увеличения количества новых слабых

коммуникативных связей и поддержания, усиления существующих; применению методик оценки и анализа социального капитала молодежи.

Ключевые слова: социальный капитал, социальные сети, социальные связи, сетевое сообщество, коммуникация, молодежь.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Теоретико-методологические основы изучения социального капитала	13
1.1. Эволюция подходов к определению социального капитала	13
1.2. Структура, виды и функции социального капитала	34
Функциональное значение Social Media в формировании социального капитала молодежи	47
2.1. Social Media: понятие и характеристики	47
2.2. Особенности социальных сетей, как инструмента формирования молодежного социального капитала	59
Исследование на тему: «Коммуникативные связи молодежи в социальных сетях»	71
3.1. Описание программы исследования	71
3.2. Описание результатов исследования	78
Список используемой литературы	107
Приложение 1 Анкета исследования	117
Приложение 2 Протокол к анализу персональных страниц	129

## Введение

### **Актуальность исследования.**

Еще на заре становления цивилизаций, философы античности выделяли человека, как уникальное существо из всего животного мира. Аристотель называет человека «общественным животным»<sup>1</sup>. Под этой фразой понимается, что человек не может сформироваться как личность без участия социума: родных и близких, друзей, знакомых. Посредством коммуникации происходит важнейший процесс становления индивида – социализация, то есть «двусторонний процесс постоянной передачи обществом и освоения индивидом в течение всей его жизни социальных норм, культурных ценностей и образцов поведения, позволяющий ему функционировать в данном обществе»<sup>2</sup>. Человек, как социальное существо постоянно стремится взаимодействовать с другими людьми. В современном мире, характеризующимся возрастающим значением информации, значительным увеличением ее количества и ростом интенсивности коммуникативных обменов качество коммуникации приобретает все большее значение. Представители символического интеракционизма Дж. Г. Мид и Саут-Хэдли, полагают, что именно межличностное общение лежит в основе формирования и укрепления социальной структуры<sup>3</sup>, таким образом, процесс социального развития представляет собой развитие коммуникативных форм взаимодействия его членов. Другими словами развитие «социального капитала» и степень его информированности у отдельных индивидов определяет уровень развития и устойчивости социальной системы.

1 Аристотель. Политика / Пер. С. А. Жебелева // Аристотель. Сочинения: В 4 т. Т. 4. М.: Мысль, 1983. С. 376-644.

2 Ковалева А.И. Социализация // [Электронный ресурс] / Знание. Понимание. Умение. 2004. №1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsializatsiya> (дата обращения: 12.05.2020).

3 Шарков Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг // [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573153> (дата обращения: 12.05.2020).

На сегодняшний день эра информационных технологий характеризуется постоянными изменениями, новыми изобретениями, позволяющими осуществлять коммуникацию различными способами (текст, аудио- и видеосвязь и так далее), а также повышенным объемом коммуникативных взаимодействий. Главным драйвером ее трансформаций является молодежь, она первой начинает использовать новые механизмы работы с информацией в повседневной жизни. Именно молодежь, является объективным индикатором инновационных процессов, зарождающихся в социуме, так как является одним из самых ярких участников, наиболее активным потребителем новых информационных коммуникационных технологий в силу своих потребностей и способностей быстрой адаптации к изменениям.

Потребность молодежи в качественной коммуникации и постоянном общении является идейной основой молодежного социального капитала, который обуславливает формирование у молодежи их круга общения, а также коммуникативных навыков, которые впоследствии могут быть использованы как ресурсы в дальнейшей жизни. В значительной степени под давлением новых технологий появляются новые механизмы формирования социального капитала, что представляет молодежи широкие возможности по созиданию и всестороннему развитию индивидуального социального капитала.

В контексте современного российского общества умение заводить новые полезные связи, поддерживать уже существующие контакты, участвовать в деятельности различных организаций является непосредственным атрибутом взаимодействий между людьми, а также важной составляющей внутри общественной жизни человека.

Социальные сети как один из коммуникативных инструментов современного человека, а также их роли в межличностных и

межгрупповых взаимодействиях в молодежной среде является одной из наиболее актуальных тем на сегодняшний день. Исследование роли социальных сетей в формировании социального капитала позволит выявить наиболее эффективные способы формирования социального капитала, а также выработать рекомендации по его эффективному развитию.

Обострение рассматриваемой проблемы связано еще и с тем, что исследование индивидуального социального капитала представителей современной молодежи, формируемого на базе социальных сетей только набирает свою востребованность в силу новизны поставленных вопросов. До сих пор еще не сформирован устойчивый понятийный аппарат в области сетевой коммуникации, что влечет за собой плюрализм трактовок и огромное количество синонимичных определений. С появлением IT-технологий, сети Интернет и бурному развитию социальных медиа систем каждый человек получил новые возможности для коммуникации, смог быстро доносить свои идеи и взгляды до широкой общественности, аккумулировать вокруг себя массы и воздействовать на различные социальные процессы заручившись их поддержкой. Это повлекло за собой значительные изменения во всех сферах жизни общества.

Согласно результатам совместного исследования 2018 года, проведенного Google и Ipsos, которые содержат экспертный анализ важных интернет-взаимодействий среди пользователей рунета, 65% россиян используют Интернет ежедневно, но если говорить о молодежи, то эта цифра увеличивается до 98%. Опираясь на полученные данные, эксперты констатируют постоянную онлайн-активность молодых людей в социальных сетях, которые являются для них основным каналом коммуникации. Важно заметить, что четверть россиян в возрасте от 14 до 24 проводят более 5 часов в социальных сетях в день, а еще четверть проверяют обновления каждые 30 минут. Как отмечают эксперты 69% опрошенных



чувствуют необходимость немедленно реагировать на все обновления и новые сообщения, что говорит о необходимости не упустить момент социального взаимодействия<sup>4</sup>. Это подтверждает, что именно молодежь является наиболее активным пользователем социальной сети.

Таким образом, коммуникация как основа формирования социального капитала в условиях социальных сетей является важным аспектом нашего исследования. Активность в социальных медиа непрерывно воздействует на круг нашего общения не только обеспечивает его формирование, но и в дальнейшем позволяет использовать его как ресурс для достижения целей, удовлетворение потребностей и открывает множество возможностей. Выявление роли социальных сетей в формировании социального капитала современной молодежи позволяет нам во многом раскрыть их потенциал на максимум.

### **Степень научной разработанности проблемы.**

Изучению проблемы социального капитала человека в условиях информационного общества посвящено большое количество как публицистической, так и научной литературы в зарубежной социологии, тогда как в России инновационных работ совсем мало. Исследование данного вопроса имеет междисциплинарный характер, так как напрямую затрагивает важные сферы жизни общества: экономику, политику, социальные взаимоотношения и так далее. Несмотря на живой интерес ученых и многообразие работ рассматривающих данную проблему, наука находится на первых ступенях ее осмысления, так как понятие социального капитала было популяризовано лишь в конце двадцатого – начале двадцать первого века. В этот же период

4 Новое поколение интернет-пользователей: исследование привычек и поведения российской молодежи онлайн // [Электронный ресурс] / Инсайты потребителей. 2017. Режим доступа: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privyчек-i-povedeniia-rossiiskoi-molodezhi-onlain/> (дата обращения: 19.05.2020)

формируется и понятийный аппарат, который включил в себя такие определения как «социальный капитал», «социальные связи», «социальные сети», «доверие» и так далее. Причем во многом знания были и остаются, разрознены по причине одновременного рассмотрения проблематики с разных сторон многими науками. Так исследования проводятся в рамках социальных наук, психологии, философии, менеджменте, политологии, экономике и др.

Идея «социального капитала» представляет собой различную вариацию множества мнений различных исследователи разнообразных отраслей научной мысли. Основные аспекты и отличительные черты были описаны П. Бурдьё Р. Патнэмом, Дж Коулманом, Ф. Фукуямой, М. Вулкоком, М. Гранноветром, Н. Лином, Р. Бертом, Д. Нараяном, Н.Д. де-Графом. Х. Флэпом, Р. Роузом, Дж. Фоксом, Дж. Гершманом, П. Иване, Нортон, Ф. Кифером, Т. Скокполом, С. Нэком, Дж. Темплом, М. Уолтцером, Т. Кларидж и другими.

Основными отечественными учеными изучающими социальный капитал являются представители коммуникационной теории В.В. Радаев, Ф. И. Шарков, Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г., Тихонова Е.В., И. Мачеринскене, Р. Минкуте-Генриксон, Ж. Симанавичене и другие.

Научные основы изучения виртуализации социума, понятие и сущность социальных сетей в настоящее время широко изучают Тим О'Рейли, Д.М. Бойд, Н.Б. Элисон, Е.Д. Патарки, Е.В. Реутов, Б. Беккер, Э.Н. Забарная, И.В. Куриленко, Гримов О.А., Э. Тоффлер, Й. Бенклер, И. Жилавская, Ж. Бодрийяр и другие.

Формирование информационной этики, культуры и законов межличностного взаимодействия рассматривались педагогами, социологами и политологами такими как В.В. Налимова, А. Печчеи, С.Гроф, К.К. Ключев, П. И. Браславский, В. А. Виноградов, Н. П.

Ващекин, Ю. М. Лотман, Н. Б. Крылова, В. С. Лобанов, А. Д. Иванникова, Е. А. Ракитина.

Значимость межличностного обмена информацией, роль этого процесса в жизни современного человека отражены в трудах М.В. Кидайгородской, В.Г. Костамарова, Н.Т. Астафиной А.А. Соколова Э. Фромма, Ч.Х. Кули, Дж. Мида, М. Куна, Г. Блумера, Г.Г. Почепцова, Т.М. Дридзе, , С.В. Бориснева, , В.В. Кузнецова.

Социологией молодежи, как особой общественной группы, в том числе и с точки зрения ее существования в современных условиях занимались Ж.Т. Тощенко, А.Г. Здравомыслова, В. Г. Шапко, Е.Г. Слуцкий, И.М. Ильинский, О.В. Курешева, А.Г. Маслов, И.Н. Орлова, Ю.А. Зубок, А.Гезелл, П. Я. Гальперин, А. Н. Ждан, Ж. Пиаже, Л. С. Выготский, Н.Е. Симонович, А.А. Бессонова, Б.С. Волков, Б.Р. Мандель, А.С. Запесоцкий, А.В. Шамне.

При многообразии научных работ на сегодняшний момент нет всесторонних исследований, не проводилось анализа и сравнения процессов формирования социального капитала у людей, принадлежащих к разным социальным группам. При этом очевидно, что процессы коммуникации и потребления информации отличаются в зависимости от множества критериев и в первую очередь от возраста.

При попытке обобщения изученного материала следует отметить то, что в современной доступной литературы не нашли свое отражение характеристики и способы воздействия на межличностное и социо-личностное взаимодействие молодежи. Большинство исследований проводится либо с точки зрения маркетинга, продаж и рекламы либо с позиции педагогики. Кроме того большинство научных трудов имеют теоретический характер описания уже имеющихся знаний и не ставят перед собой цели развития теоретической и практической базы. Попытки определить влияние социального капитала и вовсе не предпринимаются.

Тема взаимодействия человека и нового типа информационного социума поднимается на многих форумах и симпозиумах, становится классической, а иногда даже ведущей на конференциях и научных слетах посвященных социологии молодежи. Это еще раз подтверждает тот факт, что она находится сейчас на пике своей популярности и востребованности.

Таким образом, **проблемой выпускной квалификационной работы** выступает выявление роли Social Media в формировании социального капитала современной молодежи, как участника сетевых коммуникативных воздействий.

Сложность изучения проблем формирования социального капитала молодежи заключается в широкой вариативности этого процесса, субъективности оценки значимости тех или иных факторов, немногочисленности методологического инструментария по изучению социального капитала.

**Объектом исследования** является молодежь города Ярославля в возрасте от 18 до 30 на примере студентов-бакалавров и магистрантов очного отделения ЯрГУ им. П.Г. Демидова.

**Предмет исследования:** особенности Social Media как пространства формирования социального капитала молодежи.

**Цель:** изучить роль социальных сетей в процессе формирования социального капитала молодежи.

В соответствии с целью нами были определены следующие **задачи дипломного исследования:**

1. Проанализировать теоретико-методологические основы изучения социального капитала;
2. Рассмотреть эволюцию подходов к определению социального капитала;
3. Изучить структуру, виды и функции социального капитала;

4. Определить функциональное значение Social Media в формировании социального капитала молодежи;
5. Раскрыть понятие и характеристики Social Media;
6. Выявить особенности социальных сетей, как инструмента формирования молодежного социального;
7. Провести собственное эмпирическое исследование коммуникативных связей молодежи в социальных сетях.

#### **Гипотезы дипломной работы:**

1. Респонденты в возрасте 18 до 20 лет чаще инициирует коммуникативные взаимодействия с незнакомыми людьми, чем молодые люди старшего возраста;
2. Образование и трудовая занятость увеличивают объем индивидуального социального капитала;
3. Высокая активность и конгруэнтность внутри сетевого сообщества увеличивает количество новых социальных связей, которые чаще всего представляют собой связи-мосты;
4. Больше половины коммуникативных связей в структуре виртуального социального капитала можно охарактеризовать, как «слабые связи»;
5. Личное знакомство в оффлайн среде и территориальная близость являются определяющими факторами в формировании сильных связей в социальных сетях;
6. Сильные социальные связи, поддерживаемые регулярным взаимодействием в оффлайн-среде, более чем в 60% случаев не отражаются в структуре виртуального социального капитала.

**Теоретико-методологической основой** работы послужили труды иностранных и отечественных ученых разных научных сфер – социологии молодежи, социологии и психологии, политологии, экономики, менеджмента, и др. занимающихся изучением социального капитала человека, молодежи в условиях социальных сетей. Помимо этого, в качестве примеров и доказательств была

использована событийно-факторная база современной России и Ярославской области. Применялись методы поиска и анализа теоретического материала – контент-анализ, анкетный опрос, социального графа, анализа и интерпретации эмпирической информации. В связи с междисциплинарным характером проблемы выпускной квалификационной работы использовались так же общенаучные и методы: методы дедукции и индукции, системный подход, комплексный подход, метод классификации и типологизации, сравнительно-исторический анализ, статистическая обработка данных. Их применение позволило не только детально рассмотреть классификацию и внутреннее строение социального капитала молодежи, выявить механизмы и способы его формирования, обозначить функции каждого компонента и самой молодежи в социальных сетях, но и проследить взаимодействие и взаимовлияние молодежи и социальных сетей, а также выявить формирование социального капитала в условиях социальных сетей.

Для реализации поставленных в рамках выпускной квалификационной работы цели и задач были разработаны протокол по сбору персональной информации со страниц пользователей в «ВК», анкета, а также построение графов социальных связей через расширение для визуализации больших данных [www.yasiv.com/vk](http://www.yasiv.com/vk), с помощью, которых был собран, обработан и проанализирован эмпирический материал. Эмпирическую часть работы составили результаты российских и зарубежных исследований с перекликающейся проблематикой и результаты авторского социологического исследования проведенного в марте 2020 года в городе Ярославле.

**Теоретическая и практическая значимость** работы состоит в том, что в ней представлены систематизированные обобщения научных взглядов на проблему изучения социального

капитала молодежи в контексте социальных сетей.

Результаты работы могут быть применены в последующих исследованиях по изучению социального капитала, как одной из важнейших сторон жизни социума, исследованиях особенностей и принципов общения и иных способов формирования социального капитала, а так же роли молодежи в условиях социальных сетей. Выводы, представленные в работе, могут послужить базой для более подробного и глубокого исследования, что позволит создать цельную картину о процессе формирования социального капитала молодежи и комплексе коммуникационных взаимодействий молодежи и социума в рамках социальных сетей. Кроме того, результаты могут стать основанием для написания рекомендаций связанных с эффективным формированием социальных связей для развития потенциала молодежи, а так же базой для создания обучающих программ по коммуникации в условиях социальных сетей. Вместе с тем, понимание роли социальных сетей в формировании социального капитала молодежи позволяет определить коммуникационные тенденции современной молодёжи. Так как именно молодежь первой начинает использовать новшества, становясь объективным развитием всего общества.

Выявление стратегий формирования виртуального социального капитала, определение его характерных черт и обозначение роли социальных сетей, как преобладающей сферой коммуникаций в молодежной среде в этом процессе позволит найти наиболее продуктивные и эффективные методы его конструирования и расширения. Это позволит дать рекомендации молодым людям, которые смогут, применив их, расширить спектр слабых связей, преобразовать их в более сильные взаимодействия, использовать потенциал своих коммуникативных ресурсов, используя их с целью своего всестороннего развития. Это укрепит не только социальную структуру, но и экономическое положение

молодежи, будет способствовать их социализации, расширению их кругозора и повышению уровня толерантности вследствие расширения круга общения и увеличения связей-мостов.

Непротиворечивость выводов существующим научным положениям, общепринятым теориям, наработанный эмпирический материал, репрезентативность исходных данных, использование методов, адекватных теме, цели и задачам исследования, валидных и апробированных методик сбора эмпирических данных обеспечивают достоверность результатов исследования.

**Структура дипломной работы** состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего наименований, и приложений.

Первая глава раскрывает теоретико-методологические основы изучения социального капитала. В ней определяется место социального капитала в структуре понятийного аппарата современной науки, отражается эволюция подходов к определению данного термина. Рассматривается структура, основные составляющие социального капитала. Отражены его основные виды и функции. Выделяются механизмы и способы формирования социального капитала

Во второй главе рассматривается молодежь, как участник социальных сетей и особенности социальных сетей как источника формирования социального капитала молодежи. Раскрыт понятийный аппарат социальных сетей, выделена структура.

В основу третьей главы положено прикладное социологическое исследование – описание основных результатов и выводов.

В заключении подводятся итоги теоретического и практического изучения проблемы формирования социального капитала молодежи в условиях социальных сетей. В приложениях



представлен использованный инструментарий, наглядное представление результатов исследования в виде графиков и таблиц, отражающих ответы респондентов.

## **Теоретико-методологические основы изучения социального капитала**

### **1.1. Эволюция подходов к определению социального капитала**

Перед тем как перейти к рассмотрению научных подходов к определению понятия социального капитала необходимо осветить этимологию термина «капитал». Он происходит из экономических наук, и получил новое наполнение в условиях рыночных отношений. Значение слова «капитал» происходит от латинского слова *capitalis*, что означает «главный».

Экономисты раскрывают понятие «капитал» с двух сторон. С одной стороны, «капитал характеризует общую стоимость средств в денежной, материальной и нематериальной формах, инвестированных в формирование активов»<sup>5</sup>. С другой стороны, «капитал – это возможность и совокупность форм мобилизации финансовых ресурсов для получения прибыли»<sup>6</sup>.

В структуре социологического знания при использовании определения «капитал» акцент делается на то, что он может выражаться в нематериальных вещах, таких как человеческие отношения и измеряться не в денежном эквиваленте, а в ценностном, например, дружба, доверие, готовность прийти на помощь и так далее. В широком смысле социальный капитал означает отношения, в которые вступают люди, являющихся для них потенциальным

5 Ивашковский С.Н. Экономика для менеджеров микро- и макроуровень: учеб. Пособие / С.Н. Ивашковский. 8-е издание М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС. 2019. 440 с.

6 Ивашковский С.Н. Экономика для менеджеров микро- и макроуровень: учеб. Пособие / С.Н. Ивашковский. 8-е издание М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС. 2019. 440 с.

источником полезности и выгоды. Однако понятие социального капитала с учетом множественности подходов и эмпирических операционализаций воспринимается по-разному.

Появление понятия социального капитала связано с именем Л. Дж. Ханифана (1879 - 1932) и его статьей «Сельский школьный общинный центр» 1916 года. Л. Дж. Ханифан определял социальный капитал, как «осязаемые субстанции, которые имеют наибольшее значение в повседневной жизни людей»<sup>7</sup>. Как подчеркивал Р. Патнэм в своей книге «Боулинг в одиночку» к таким субстанциям, исследователь относил: «добрую волю, товарищество, симпатии и социальное общение между людьми и семьями»<sup>8</sup>. По его мнению, накопление социального капитала наступает в том случае «если он (индивид) вступает в контакт со своим соседом, а они - с другими соседями...», то есть в процессе межличностной коммуникации. «...Который (социальный капитал) может немедленно удовлетворить его (индивида) социальные потребности и, который может нести в себе социальный потенциал, достаточный для существенного улучшения условий жизни во всем обществе»<sup>9</sup>.

В начале 20-го века теория социального капитала не получила признания и широкого распространения, но с возрастанием значения информации, значительным увеличением ее количества и ростом интенсивности

7 Макеева Т.В. Интерпретация концепции "социальный капитал" в современной литературе // [Электронный ресурс] / International scientific review. 2016. №18. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/interpretatsiya-kontseptsii-sotsialnyy-kapital-v-sovremennoy-literature> (дата обращения: 12.05.2020).

8 Putnam R. D. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon & Schuster, 2000. С. 544

9 Putnam R. D. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon & Schuster, 2000. С. 545

коммуникативных обменов уже к концу века появляется большое количество научных трудов и междисциплинарных исследований, посвященных изучению коммуникативных связей и формированию социального капитала.

Сегодня в научном сообществе сформировалось несколько различных теоретических подходов к определению, как сущности термина, так и целей изучения социального капитала. Глобально в современной обществоведческой науке можно выделить две ведущие теоретические традиции.

Первая рассматривает социальный капитал как совокупность социальных норм и ценностей, способность индивидов создавать объединения, обеспечивающие эффективную коллективную деятельность, и в этом контексте задачей исследования является определение того, какие типы социальных норм, отношений и общественных объединений «ответственны» за этот эффект.

Вторая рассматривает социальный капитал как свойство социальной структуры, представленной в форме социальных сетей, и ведущей задачей изучения является выявление и исследование способов, которым социальные сети реализуют функцию социального капитала.

На основе рассмотренных ранее двух теоретических традиций выделяется ряд научных подходов к изучению социального капитала, как сложного социального явления. М. Вулкок и Д. Нараян выделили четыре основных подхода: коммунитарный, институциональный, синергетический и сетевой<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Нараян Д. и Вулкок М. Социальный капитал: значение для теории развития, исследований и политики. // Наблюдатель от Всемирного банка, 2000 С. 225-249.

Нормативно-ценностная трактовка социального капитала представлена такими исследовательскими подходами, как коммунитарным, синергетическим и институциональным. Наиболее авторитетные исследователи, представляющие данное направление – это Р. Патнэм, Ф. Фукуяма, П. Пакстон. К ним примыкают социологи и экономисты, рассматривающие роль социального капитала в обеспечении экономического развития - Ф. Кифер С. Нэк, Ф. Дж. Темпл и другие.

В рамках подходов, предлагающих нормативно-ценностную интерпретацию социального капитала, преобладают теоретические разработки, рассматривающие мезо- и макроуровень функционирования социального капитала. Для различных подходов, принимающих ценностно-нормативную трактовку, общей теоретической основой является операционализация социального капитала как:

а) доверия и отношений взаимности (нормативный и ценностный аспект);

б) вовлеченности индивидов в различные неформальные и формальные организации гражданского общества (партисипативный и коммуналистский аспект).

Коммунитарный подход (Р. Патнэм, Ф. Фукуяма, П. Бурдые и др.) рассматривает социальный капитал как совокупность социальных норм, отношений доверия, взаимности (reciprocity) и вовлеченность индивидов в деятельность добровольных объединений<sup>11</sup>.

Огромный вклад в разработку и популяризацию понятия

11 Woolcock M., Narayan D. Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy //The World Bank Research Observer, vol. 15, № 2 (August 2000)

социального капитала внес политолог Роберт Патнэм, через изучение гражданской активности в Италии<sup>12</sup>. В своей работе Р. Патнэм цитировал Основы социальной теории Дж. Коулмана в качестве центрального источника. В своих трудах социальный капитал он понимал как «особенности социальной организации, такие как сети, нормы и социальное доверие, которые облегчают координацию и сотрудничество в интересах взаимной выгоды»<sup>13</sup>. В дальнейшем в своих работах он расширяет понятие социального капитала от уровня индивидуальных и коллективных субъектов до уровня организации, сообществ, а оттуда и до социальной жизни в целом (города, регионы, и даже целые страны). Определение данное Р. Патнэмом представляет наиболее общее понимание концепции социального капитала, поскольку нормы и доверие считаются частью реляционного измерения.

Р. Патнэм различал два типа социального капитала, а именно ограничивающий (*bonding*) и перекрывающий (*bridging*)<sup>14</sup>. Перекрывающий подразумевает различные социальные сети, объединяющие индивидов, и имеет большее влияние на экономический рост стран, а ограничивающий объединяет людей, сходных по какому-то признаку. Таким образом, научные труды Р. Патнэма в совокупности представили собой трехфакторную модель социального капитала – нормы взаимности, доверие и социальные сети, которая включает как индивидуальные индикаторы наличия

12 Putnam R.D. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1993.

13 Putnam R.D. *Bowling Alone: America's Declining Social Capital* // *The Journal of Democracy*, 6: 1(1995). P. 67.

14 Putnam R.D. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York, N.Y.: Simon & Schuster, 2000. P. 23.

социального капитала, так и групповые или территориальные<sup>15</sup>.

Таким образом, социальный капитал выполняет скрепляющую функцию, создает мосты между определёнными социальными группами, что приводит к объединению людей в схожих ситуациях, даже если они находятся в разных социальных группах. Все это приводит к синергизму, что говорит нам о том, что сети являются носителями социального капитала.

Фактически в концепции Р. Патнэма социальный капитал равен степени участия в обществе. Он реализуется через такие показатели как степень участия в волонтерских организациях, доверие к властям и другим лицам, чтение газет, которые отражают интерес к общественным делам<sup>16</sup>.

Вторым крупным исследователем в рамках коммунитарного подхода является американский философ и политолог Ф. Фукуяма. Он рассматривает социальный капитал в контексте распространения доверия в обществе, классифицируя государства как социокультурные образования<sup>17</sup>. Социальный капитал Ф. Фукуяма обозначал как «совокупность неформальных норм, которые способствуют сотрудничеству между двумя или более индивидуумами», дополняя это тем, что он также является «определённым общества или его части, возникающий как результат доверия между его членами»<sup>18</sup>. Его идея

15 Putnam R.D. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York, N.Y.: Simon & Schuster, 2000. P. 19.

16 Putnam R. The Prosperous Community Social Capital and Public Life //The American Prospect vol. 4 №. 13, March 21, 1993.

17 Fukuyama F. Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity. London: Hamish Hamilton, 1995. P. 36-39.

18 Fukuyama F. Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity. New York: Free Press, 1995. P. 336-338.

заключается в привлечении внимания к социокультурным факторам, выступающими в качестве социальных норм, мобильности как положительных элементов внешней среды, которые обеспечивают формирование доверия внутри общества, что обеспечивает позитивное функционирование всей системы. В этом всем он видит положительную экономическую функцию, уменьшающую издержки при формализованных взаимоотношениях между различными экономическими агентами<sup>19</sup>.

Дальнейшая эволюция понятия социального капитала связана с именем Пьера Бурдье (1930-2002), который впоследствии стал основоположником концепции социального поля. Он был первым, кто концептуализировал и систематизировал социальный капитал в социологическом ключе, что противоречит взглядам приверженцев сетевого подхода. Для П. Бурдье капитал состоит из накопленного человеческого труда, который принимает либо отчетливую материальную форму, либо интегрированную форму как часть объективной или субъективной структуры, последняя из которых является предрасположенностью ума и тела.

В своих работах П. Бурдье изучает и описывает три вида капитала: экономический, культурный и социальный, каждый из которых действует в своей области, а последний из них представляет наибольший интерес для нашего исследования. Так, П. Бурдье определяет социальный капитал как «совокупность фактических или потенциальных ресурсов, которые связаны прочной сетью участников более или менее институционализированных отношений взаимного

19 Fukuyama F. Social Capital and Civil Society. The Institute of Public Policy, George Mason University, October 1, 1999.



знакомства и признания – иными словами, с членством в группе»<sup>20</sup>. Социальный капитал включает в себя связи между индивидом и участниками коллектива, социальные обязанности их перед друг другом.

Можно сказать, что социальный капитал формирует обязательства людей друг перед другом. П. Бурдьё утверждает, что «воспроизводство социального капитала требует постоянных усилий по обеспечению «общительности» и постоянно повторяющихся контактов между членами группы, в ходе которых поддерживается взаимное признание членов группы в целях поддержания групповой сплоченности»<sup>21</sup>. Таким образом, доверие, основанное на репутации и доброй воле, является важной частью социального капитала, заложенного в отношениях.

Согласно его концепции гражданские нормы не являются социальным капиталом, если они не укрепляют социальное положение и статус. Стоит отметить, что, по мнению П. Бурдьё, главным источником социального капитала является семья. Так как, по словам П. Бурдьё, социальный капитал представляет собой ресурсы, связанные прочной сетью взаимоотношений, дворянский титул является хорошим примером его объяснения. То есть дворянские династии представляют собой семью и одновременно прочную сеть взаимоотношений, в которых накапливается социальный капитал, представляющий собой ресурс, который впоследствии может быть использован тем или иным членом такой семьи.

20 Бурдьё П. Социальный Капитал: Предварительные Замечания. У П. Бурдьё: социологические тексты, изд. Никос Панайотопулос, 1994. С. 91-95.

21 Бурдьё П. Формы капитала. Журнал: Экономическая социология Том 3, №5. 2002. С. 60.

Институциональный подход в первую очередь характеризуется тем, что нацелен на решение проблем социо-экономического развития. Яркими представителями этого течения являются Д. Норт, Ф. Кифер, Т. Скокпол, С. Нэк, Дж. Темпл и другие. В рамках рассматриваемого подхода социальный капитал определяется как весь объем существующих социо-культурных и норма-ценностных положений, формирующих институциональную среду социума и регулирующих экономическое поведение его членов. Главное отличие институционального подхода к рассмотрению социального капитала от коммунитарного, который так же разделяет норма-ценностную трактовку, заключается в том, что в его рамках выделяются другие источники возникновения социального капитала, как общественного явления. В соответствии с институциональным подходом огромная роль в этом процессе играют институциональные матрицы, т.е. формирование, накопление и приумножение социального капитала напрямую связано с функционированием социальных институтов. Из этого следует, что объем и характерные черты социального капитала индивидов внутри общества зависят от состояния институциональной системы: степени развития демократии, уровня вертикальной и горизонтальной мобильности либеральности, развитости рыночных отношений и сферы услуг, действенности и сформированности нормативно-правовой системы. Это связано с тем, что развитость и разнообразие социальных институтов позволяет социальным группам и индивидам действовать в соответствии с коллективными интересами,

способствует повышению уровня доверия и структурированию гражданской инициативы среди людей, что само по себе является основой формирования социального капитала.

Кроме того, многие приверженцы институционального подхода часто делают акцент на том, что социальный капитал зависит в первую очередь от качества политических, правовых и экономических институтов общества. По словам М. Уолтцера гражданское общество требует политического агентства. При этом главным и наиболее значимым незаменимым агентом выступает государство<sup>22</sup>.

Американский исследователь Т. Скокпол в своих трудах отождествляет социальный капитал с понятием «гражданское общество» и говорит о том, что оно процветает ровно в той степени, в какой государство поддерживает его<sup>23</sup>.

Сегодня существует также неоинституционализм. Главной его особенностью является экономическая направленность и определение социального капитала как отдельного социального института, который оказывает воздействие на экономическое развитие государства и регионов. С. Нэк и Ф. Кифер функции социального капитала видят в том, что он обеспечивает формирование атмосферы доверительных отношений, что заставляет членов общества действовать согласно признанным правилам, реагировать на общественные ожидания. Главными показателями уровня формирования социального капитала в этом контексте выступают: «генерализованное доверие», «правопорядок»,

22 Kenworthy L. Civic Engagement, Social Capital, and Economic Cooperation // American Behavioral Scientist, 40 (5), 1997. P. 647.

23 Skocpol T. Unraveling from Above // The American Prospect, 25, 1996. P. 20-25.

«гражданские свободы»<sup>24</sup>. С. Нэк в результате своих социально-экономических исследований пришел к выводу, что «социальный капитал снижает уровень бедности и снижает, или как минимум, не увеличивает неравенства доходов»<sup>25</sup>.

Так же в качестве компонентов социального капитала в неоинституционализме представляли количество социальных связей, с которыми связан отдельно взятый человек, что представляет собой объем «активов», которые человек может задействовать для получения материальных и нематериальных благ. Такой подход не стал широко применяться, несмотря на то, что позволяет выстроить математическую модель социального капитала и с помощью расчетов сделать прогнозы.

Следует сказать, что институциональному и неоинституциональному подходу свойственны те же недостатки, что и всей нормативно-ценностной научной традиции в целом: понятие социальный капитал размывается, ему присваиваются черты универсальной концепции «общественного блага», а его сущность приравнивается к функциональными результатами, наблюдаемым в контексте государства и социума<sup>26</sup>.

Синергетический подход основывается на идеях институционального и коммунитарного подходов. Среди всех представителей известны такие исследователи как М.

24 Woolcock M., Narayan D. Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy // The World Bank Research Observer, vol. 15, № 2 (August 2000), p. 235.

25 Knack S., Keefer Ph. Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation // Quarterly Journal of Economics, vol. 112, 1997. P. 1251-88.

26 Dasgupta P. Economic Progress and the Idea of Social Capital // Social Capital: A Multifaceted Perspective /Ed. by P. Dasgupta and I. Serageldin. World Bank, Washington DC, 2000. P. 325-424.

Вулкок, Д. Нараян, Р. Роуз, П. Иване. Его первоначальными исследователями были работники Всемирного банка, их социологии и экономисты, идея которых была применена в разработке теории факторов экономического исследования, подкрепленных эмпирическими исследованиями. Основа подхода сводится к структурной укориненности социального капитала. Основоположники данного подхода – М. Вулкок и Д. Нараян, определяют социальный капитал следующим образом: «Социальный капитал относится к нормам и сетям, которые наделяют людей способностью действовать коллективно»<sup>27</sup>.

Идея авторов избегает критики иных подходов, сосредоточившаяся на источниках социального капитала, она признает, что доверие, симпатия, желание помочь и взаимность, как важные свойства социального капитала должны постоянно пополняться. Также определение предлагает разные способы измерения социального капитала: через тесную связь контактов «связывающего» (bonding), помогающего получить дружескую поддержку в условиях ограниченности ресурсов или через обширную сеть «соединяющего» (bridging), открывающих доступ к новым ресурсам и возможностям. Благодаря этим способам открывается уникальная возможность их комбинирования, что дает возможность изучать социальный капитал с разных сторон. Ко всему прочему за мономер анализа авторы определения берут не индивида, а целые сообщества или сети, состоя в которых индивиды получают возможность овладеть социальным капиталом организации, а ее структура

27 Woolcock M., Narayan D. Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy // The World Bank Research Observer, vol. 15, № 2 (August 2000). P. 226.

определяет отношения индивида и государства. «Слабые, враждебные или безразличные правительства оказывают совершенно иной эффект на жизнь местного сообщества по сравнению с эффектом, который оказывают правительства, уважающие гражданские свободы, поддерживающие правопорядок, чтящие контракты и борющегося с коррупцией»<sup>28</sup>.

Основоположники подхода признают важную роль государства в создании и появлении социального капитала в обществе. По их мнению, гражданская активность общества и деятельность государства являются дополняющими друг друга мономерами, формирующими социальный капитал, что подтверждает синергию в виде деятельности государства, опирающегося на гражданское общество.

Эффект синергии наблюдается лишь при определенных обстоятельствах: сочетании форм социального капитала и типов взаимоотношений между структурами гражданского общества и разными институтами. Если связывающий социальный капитал не подкреплён соединяющим, то в таком обществе возникает групповая замкнутость, уровень доверия падает, а правительство становится не эффективным. Однако если внутри местных сообществ связывающий социальный капитал подкреплён соединяющим, то результат обратно противоположен.

Идейный продолжатель подхода – П. Иванс утверждает, что социальный капитал в свете такого подхода может быть рассмотрен в горизонтальном и вертикальном измерении. В то время как горизонтальная связь характеризуется связями

28 Woolcock M., Narayan D. Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy // The World Bank Research Observer, vol. 15, № 2 (August 2000). P. 226-227.

между отдельными общностями, тогда как вертикальные между общностями и организациями гражданского общества с их социальными институтами. Их развитие является условием реализации эффекта социального капитала, заключающегося в «повышении эффективности коллективной деятельности организаций гражданского общества и успехе правительственных программ в социально-экономической сфере, таких как борьба с бедностью и стимулирование предпринимательства»<sup>29</sup>.

Отличительной чертой синергетического подхода является рассмотрение социального капитала с точки зрения общественного блага. Ввиду этого государство способно к стимулированию социального капитала посредством укрепления правопорядка и поощрений за гражданскую активность.

Представители синергетического подхода Дж. Фокс и Дж. Гершман, под социальным капиталом предлагают понимать: «социальные отношения, способствующие коллективному действию и общественному интересу. Эти связи образуют ресурсы, помогающие преодолеть препятствия для коллективного действия как внутри, так и между группами»<sup>30</sup>. Такое понимание социального капитала согласуется с ценностной идеей синергетического подхода и подразумевает его как общественное благо.

Рассматривая социальный капитал как ресурс экономического развития общества, основоположники данного подхода Вулкок М. и Нараян Д. выделяют его

29 Evans P. Government Action, Social Capital and Development: Reviewing the Evidence on Synergy // World Development, vol. 24(6), 1996. P. 1119-1132.

30 Fox J., Gershman J. The World Bank and Social Capital: Lessons from Ten Rural Development Projects in the Philippines and Mexico // Policy Sciences 33: 399-419, 2000. P. 400.

следующие задачи:

- Выявление сущности и распространенности социальных отношений сообществ, формальных институтов и взаимодействие между ними;

- Выработка методов исследования социальных отношений, опирающихся на формы измерения социального капитала (связующего и соединяющего социального капитала);

- Поиск позитивных способов преодоления негативных тенденций, проявляющихся при отсутствии взаимовлияния связующего и соединяющего социального капитала в местных сообществах<sup>31</sup>.

Для решения указанных задач синергетический подход предлагает использовать показатели уровня развития социального капитала, предложенные нормативно-ценностным подходом и индикаторы, используемые в сетевом подходе. Среди индикаторов социального капитала предлагаются:

- Членство индивидов в неформальных и формальных ассоциациях и сетях;

- Межличностное доверие; плотность социальных сетей контактов;

- Наличие горизонтальных (между группами) и вертикальных (между группами и социальными институтами) контактов;

- Выраженность и степень согласованности норм и ценностей;

31 Woolcock M., Narayan D. Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy // The World Bank Research Observer, vol. 15, № 2 (August 2000). P. 238.



- Участие в благотворительной деятельности и другие показатели<sup>32</sup>.

Данные индикаторы были использованы в некоторых эмпирических исследованиях Всемирного Банка, в результате которых было выявлено, что они эффективно могут быть использованы при решении следующих задач:

- Определение уровня развития социального капитала для реализации проектов экономического развития;
- Выявление необходимости развития социального капитала в таких сферах, в которых он слабо выражен;
- Выработка эффективных практических мероприятий стимулирования накопления социального капитала в различных регионах;

Именно в синергетическом подходе его авторы предложили способы измерения социального капитала в различных средах. Инновации данного подхода выражены в сочетании элементов как институционального, так и коммунитарного подходов при определении источников социального капитала.

Далее мы рассмотрим сетевой подход, на котором мы будем основываться. Он придерживается такой теоретической традиции, которая рассматривает социальный капитал как структуру, единицами которого являются социальные сети. Этот подход начинает активно развиваться с появлением и развитием средств связи, ускоряющих наши коммуникативные процессы, то есть в эпоху цифровизации и информатизации общества. Большой массив данных, представленный в социальных сетях, открывает широкий

32 Fox J., Gershman J. The World Bank and Social Capital: Lessons from Ten Rural Development Projects in the Philippines and Mexico // Policy Sciences 33 (2000). P. 402-403.

спектр возможностей по изучению социального капитала. Самыми влиятельными представителями сетевого подхода являются: Р. Бёрт, М. Грановеттер, Н. Лин, Н.Д. де-Граф, Х. Флэп, и другие авторы.

Основоположником данного подхода стал Р. Бёрт, чьи работы раскрывают социальный капитал с точки зрения социальных сетей, который представлен в виде качества сетей, а также системы участников взаимоотношений, которые способны к обмену между собой ресурсами<sup>33</sup>. Следовательно, главной задачей исследователя, с такой точки зрения, является определение частоты и формы поддерживаемых взаимосвязей людей друг с другом и их позиций во взаимоотношениях. В дополнении к этому важной характеристикой такого анализа является изучение неравенства участников отношений социальных сетей.

Так как социальный капитал в теории Р. Берта рассматривается как качество, то он исследуется с позиции функции двух составляющих социальных сетей, а именно: в наличии структурных брешей, а также частота связей-мостов, которые используются через структурные бреши. Сама социальная сеть представлена как система постоянных и регулярных взаимоотношений участников структуры, характеризующаяся частотой, однородностью и относительной закрытостью. Таким образом, частота внутренних связей более интенсивна и охватывает все ее членов по сравнению с внешними связями. Характерная для социальной сети замкнутость обеспечивает безопасность ресурсов членов сети, а связи-мосты обеспечивают доступ к

<sup>33</sup> Burt R. Structural Holes: The Social Structure of Competition. Cambridge, Harvard University Press, 1992. P. 8- 45.

ресурсам иных социальных образований. Система санкций и поощрений является неотъемлемой частью относительно закрытых и обособленных социальных сетей, которая позволяет эффективно стимулировать взаимные ожидания участников друг к другу<sup>34</sup>.

Члены социальной сети, которые поддерживают не только внутренние социальные связи, но и внешние, имеют большие возможности по использованию ресурсов по сравнению с другими членами своей группы. В своей теории Р. Берт определяет такие отношения как доступный объем социального капитала участника отношений<sup>35</sup>. Он утверждает, что сетевые бреши позволяют увеличивать доступный объем социального капитала индивида, то есть именно создание таких брешей позволяет увеличивать социальный капитал всего общества, посредством сотрудничества замкнутых социальных групп<sup>36</sup>.

Дополняет теоретической базой изучения сетевой подход американский социолог Н. Лин, который разработал ресурсную теорию в этом подходе. Его работы дополнены такими исследователями как Х. Флэп и Н. Дэ Граф. Идея этой теории сводится к тому, что благодаря социальному капиталу, представленному в качестве системы социальных взаимоотношений разнообразных групп, индивид открывает для себя доступ к различным ресурсам.

Основоположник этой теории Н. Лин не сводится к

34 Burt R.S. A Note on Social Capital and Network Content // Social Networks, 19 (1997). P. 355-373.

35 Burt R.S. The Network Structure of Social Capital // Research in Organizational Behavior / Ed. by R.I. Sutton & B.M. Staw. Vol. 22. Greenwich, CT: JAI Press, 2000. P. 353-355.

36 Burt R.S. The Network Structure of Social Capital // Research in Organizational Behavior / Ed. by R.I. Sutton & B.M. Staw. Vol. 22. Greenwich, CT: JAI Press, 2000. P. 392-394.

единственной точке понимания социального капитала. В одном случае социальный капитал является ресурсом социальных групп<sup>37</sup>, в другом как сами взаимоотношения между людьми, благодаря которым индивид открывает доступ к ресурсам<sup>6</sup>. Как считает Н. Лин, такие точки зрения нельзя отождествлять, подчеркивая это тем, что «... социальный капитал больше, чем просто социальные отношения и сети; он вызывает укорененные и оцененные ресурсы. Тем не менее, эти укорененные ресурсы, вероятно, невозможно получить без определения характеристик сети и связей. Позиции в сети – необходимые условия укорененных ресурсов»<sup>38</sup>.

В своей теории Н. Лин выделяет 3 составляющих в структуре социального капитала:

- Сами ресурсы, которые могут быть использованы участником социальной группы;
- Возможность их реализации участником взаимоотношений, то есть доступность;
- Реализации ресурсов участником сети с конкретными целями.

Как считает Н. Лин, все эти компоненты социального капитала сводятся к увеличению продуктивности социальных действий индивидов, как основной функции социального капитала. Если воспринимать социальные сети как ресурс информации, влияния, а также социальной репутации и подкрепления, то результативность социальных действий

37 Lin N. Building a Network Theory of Social Capital // Connections, vol. 22 (1), 1999. P. 34.

38 Lin N. Building a Network Theory of Social Capital // Connections, vol. 22 (1), 1999. P. 36.

повышается<sup>39</sup>.

Нан Лин разделяет социальные действия, одни из которых направлены на сохранение, имеющегося в распоряжении индивида, социального капитал (экспрессивные действия), тогда как другой ориентирован на получение новых социальных связей и увеличение имеющихся контактов, то есть самого социального капитала (инструментальные действия). Отличительным моментом теории Н. Лина является результативность и ценность, установленных контактов. Если установленные взаимоотношения приносят, к примеру, новую для участника взаимоотношений информацию, то такой контакт приобретает большее значение, тогда как контакт, который предоставляет такой информационный ресурс, которым индивид обладает, его полезность сводится к минимуму. В результате этого, позиции участников взаимоотношений не являются характерной чертой социального капитала, а его изучение не сводится лишь к исследованию социальных сетей<sup>40</sup>.

Ресурсная теория Н. Лина выделяет два типа ресурсов, которые связаны с типами социальных действий, одни из которых используются самими участниками социальной группы (сетевые), то есть доступные, а другие в качестве потенциальных ресурсов, которые могут быть использованы этим участником посредством его контактов и взаимоотношений (контактные), то есть мобилизуемые. Среди показателей измерения мобилизуемых связей можно

39 Lin N. Social Capital: A Theory of Social Structure and Action // Cambridge: Cambridge University Press 2002. P. 19-28.

40 Lin N. Building a Network Theory of Social Capital // Connections, vol. 22 (1), 1999. P. 36.

выделить власть, богатство, статус.

Теория, предложенная Н. Лином, сводится во взаимодополняющую систему компонентов участников взаимоотношений, капитализации социального капитала и получении «прибыли» от него.

Таким образом, Н. Лин определяет социальный капитал как «ресурсы, встроенные в социальную структуру, которые доступны и/или мобилизуются в целенаправленных действиях»<sup>41</sup>. На наш взгляд такое определение поддается количественной оценке, так как Н. Лин концептуализирует социальный капитал как доступ к ресурсам через сетевые связи, что обеспечивает простоту исчисления социального капитала в эмпирических исследованиях.

Ресурсную теорию дополнили работы Н. Де Графа и Х. Флэпа, по мнению которых «социальный капитал – это ожидаемая ценность социальной поддержки» чей «результат социального действия выражается через следующие показатели:

- количества лиц, желающих оказать помощь;
- опосредованного, предоставления ресурсов;
- степени, в которой индивиды испытывают обязательства помогать другим индивидам»<sup>42</sup>.

Такая трактовка социального капитала позволяет учесть масштаб и количество участников социальных сетей с их мотивами увеличения социального капитала.

Такая трактовка социального капитала позволяет учесть масштаб и количество участников социальных сетей с их

41 Lin, N. Социальный капитал: теория социальной структуры и действия // Кембридж, Великобритания; New York: Cambridge University Press. 2001.

42 Flap H.D., De Graaf N.D. Social Capital and Attained Occupational Status // The Netherlands Journal of Sociology, vol. 22 (1986). P. 146.

мотивами увеличения социального капитала. Сама идея такого подхода сводится к тому, что способности человека не всегда позволяют открыть доступ к желаемым индивиду ресурсам, важным условием получения ресурсов во многом определяются условиями самой социальной сети, в которой находится человек.

Большой вклад в развитие понятия социального капитала внес американский социолог Дж. Коулман (1926-1995). Он изучал школьные неудачи учащихся, стремясь тем самым укрепить человеческий капитал. Однако в своих трудах он пришел к осознанию самого социального капитала, который представляет собой средство поддержки<sup>43</sup>. Дж. Коулман отмечает, что социальный капитал усиливает успеваемость обучающихся в школе и вузе, что формирует человеческий капитал. По его мнению, сам же «социальный капитал определяется его функцией. Это не единая сущность, а множество различных сущностей, имеющих две общие характеристики: все они содержат в себе тот или иной аспект социальной структуры, и все они усиливают определенные действия людей, находящихся в этой структуре». Такая точка зрения во многом схожа с концепцией социального капитала Г. Лоури, однако, социальный капитал Дж. Коулмана отличается позитивным и усиливающим качеством.

Это связано с изучением Дж. Коулманом социального капитала в связи с другими капиталами (природным, человеческим и так далее). Из этого Дж. Коулман подчеркнул, что социальный капитал является «результатом

43 Coleman, James S. 1988. Социальный капитал в создании человеческого капитала. Американский журнал социологии 94: S95-S120.

изменений, происходящих между отдельно взятыми индивидами и способствующих социальному действию»<sup>44</sup>. Как и П. Бурдьё Дж. Коулман отмечает нематериальный характер социального капитала, однако последний говорит, что «в отличии от других форм капитала, социальный пользуется лишь ограниченной частью его благ»<sup>45</sup>. Тогда как в определении П. Бурдьё явно виден индивидуальный контекст социального капитала, то в трактовке Дж. Коулмана социальный капитал является не только собственностью отдельного индивида, но и всего общества в целом. Поскольку социальный капитал встроен в социальный контекст, определенные характеристики социальных отношений способствуют его появлению (эффективные нормативные предписания, открытые социальные структуры).

Мы приходим к тому, что Дж. Коулман рассматривает социальный капитал как почти универсальную производную, игнорируя неравенство, которое приводит или вызывает дифференциацию власти и статуса.

Попытки переосмысления социального капитала совершались Алехандро Портесом и его коллегами. В своих трудах он определял социальный капитал как «способность субъектов получать выгоды в силу своего членства в социальных сетях или других социальных структурах»<sup>46</sup>. Его концепция очень схожа с концепцией П.Бурдьё, так как социальный капитал понимается как некий потенциальный ресурс, который может быть использован лишь при

44 Coleman, James S. 1988. Социальный капитал в создании человеческого капитала. Американский журнал социологии 94: S95-S120.

45 Coleman, James S. 1988. Социальный капитал в создании человеческого капитала. Американский журнал социологии 94: S95-S120.

46 Portes A. Social capital: Its origins and applications in modern sociology // Annual review of sociology. 1998. Vol. 24. P. 1-24.



нахождении в социальной группе. Из всего этого А. Портес предлагает различать источники социального капитала и результаты их действия. В своих трудах он различает четыре источника социального капитала, первые два получили название «совершенных источников», а последние «инструментальные»:

1) Интернализация ценностей, которая характеризуется тем, что ценности социальной сети ее участников, которые обеспечивают доверие между ними, мотивируют индивидов к заключению сделок взаимного характера, что позволяет обмениваться различными ресурсами;

2) Сделки взаимного характера обеспечивают взаимное доверие участников взаимоотношений, что способствует увеличению самого социального капитала посредством новых контактов взаимного характера;

3) Формы коллективной солидарности, поддерживаемые системой ценностей социальной сети, а также санкциями и поощрениями поддерживают взаимное доверие участников социальной сети;

4) Доверие, навязываемое негативными или позитивными санкциями.

А. Портес и Дж. Сенсенбрэннер считают, что все эти источники закладываются в мотивах группы (сети), как позитивных, так и негативных. Они отрицают всепозитивный подход к социальному капиталу, подчеркивая при этом ряд негативных аспектов: исключение «нечленов» и чрезмерные требования к индивидам обладающим большими ресурсами. Члены социальной сети, ввиду своего членства могут

требовать от других участников социальной группы доступ к их ресурсам, не предлагая что-либо взамен. К тому же членство в социальных сетях может налагать разного рода ограничения от других членов такой сети, которые могут выступать единым фронтом, выдвигая запреты на разного рода деятельность, отказав которым человек может лишиться членства и доступа к ресурсам социальной группы<sup>47</sup>.

Таким образом, социальный капитал не всегда несет в себе лишь положительные возможности. К тому же если индивид обладает широкими возможностями и находится в некой группе (сети), то высока возможность внешнего давления на него с целью привлечения его ресурсов для реализации целей группы.

Дж. Нахаплет и С. Гошал под социальным капиталом понимают «совокупность фактических и потенциальных ресурсов, встроенных, доступных и производных от сети отношений, которым обладает индивид или социальная единица»<sup>48</sup>. Как можно заметить их определение позиционирует социальный капитал как собственность индивида, несмотря на включение реляционных и когнитивных измерений в концепции.

К сожалению, в России подобных исследований на тему социального капитала значительно меньше по сравнению с зарубежной литературой. Это объясняется низким интересом в российских коммерческих кругах на исследуемую нами тему, а следовательно финансовая составляющая таких проектов значительно урезана и снижена. К тому же в

47 Portes, Alejandro. 2000. Два значения социального капитала. Социологический Форум 15: 1-12.

48 Nahapiet J., Ghoshal S. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage // Academy of Management Review. 1998, vol. 23, pp. 242-266.

основном все работы посвященные изучению социального капитала основываются на идеях зарубежных исследователей и не приносят свежий взгляд на концептуализацию социального капитала.

Приведенные выше определения отражают различные точки зрения на социальный капитал. Главная причина расхождения трактовок понятий социального капитала состоит в том, что одни авторы рассматривают социальный капитал как собственность индивида, другие – как собственность коллектива, а третьи рассматривают его как обладающий как индивидуальными, так и коллективными свойствами.

В своей работе мы будем использовать авторскую трактовку социального капитала. В связи с чем, социальный капитал – это совокупность социальных связей человека, которые представляют собой реальные и потенциальные ресурсы, получаемые в результате разнообразных внутриобщественных взаимодействий.

## **1.2. Структура, виды и функции социального капитала**

Традиционно в научной литературе любая структура определяется как комплекс социальных компонентов системы, обладающих свойствами не присущими ее элементам – эмерджентальностью<sup>49</sup>. В основе структуры социального капитала лежат особенности социальных связей и взаимоотношений между людьми. Именно они определяют ценность коммуникативных ресурсов и являются основой исследования изучаемого феномена, так как выступают в роли его структурных единиц.

Структура социального капитала определяется двумя ведущими аспектами – структурным и реляционным. Структурная составляющая социального капитала объясняет порядок расположения элементов социальных сетей, среди которых происходит взаимодействие, тогда как реляционный аспект проявляется в обстоятельствах и характеристиках специфики межличностных взаимодействий между людьми.

В своем труде «Понятие капитала, формы капитала и их конвертация» В.В. Радаев, рассматривая формы капитала, обращается к работам П. Бурдьё, который выделяет три состояния социального капитала: инкорпорированное, объективированное и институционализированное<sup>50</sup>. Каждому

49 Парсонс Т. Понятие общества: Компоненты и их взаимоотношения // Теоретическая социология: Антология: в 2 ч. / Сост. и общ.ред. СЛ. Баньковский. Ч. 2. М., 2002. С. 23-26.

50 Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Журнал: Экономическая социология, Том 3, №4. 2002. С. 20.

состоянию, по словам П. Бурдьё, принадлежит свой уникальный набор элементов, эмерджентально раскрывающих ценность коммуникативного ресурса социального капитала, в которых проявляется его структурный и реляционный аспекты. Таким образом, предлагаемой интерпретации различные компоненты социального капитала отражают разные способы выражения его продуктивной способности быть свойством систем социальных связей.

Рассматривая инкорпорированное состояние, П. Бурдьё выделяет в качестве компонентов социального капитала: ожидания, обязательства, нормативные представления, доверие. Это отражает субъективную сторону выражения социального капитала и объясняет характер взаимоотношений людей в различных масштабах. В этом контексте можно говорить о том, что в межличностных отношениях люди руководствуются своими внутренними установками, представлениями и ожиданиями, которые определяют предположения индивидов о поведении человека в соответствии с имеющимися у них обязательствами. Доверие в такой структуре выступает главным компонентом, обеспечивающим уверенность каждого индивида, в том, что обязательства, установленные в сети, будут выполняться всеми участниками такой сети. Нормативные представления, как компонент такой структуры, предстают в форме норм и правил той или иной социальной сети, которые обеспечивают взаимность поведенческих установок индивидов, снижающие издержки, возникающие в результате коммуникативных взаимодействий.

В объективированном состоянии социальный капитал, по П. Бурдьё, представлен в виде социальных связей между субъектами взаимоотношений, таких контактов, совокупность которых образует социальную сеть. С точки зрения теории социологической науки такое состояние подразумевает несколько типов связей между социальными связями: горизонтальное – «связи-узлы» и «связи-мосты» и вертикальное – «связи-звенья». Связи-узлы характеризуются плотными и интенсивными взаимоотношениями между субъектами внутри социальной сети, имеющими сходный социальный статус. Когда как связь субъекта такой сети соединяется с субъектом другой социальной сети такие контакты принято называть связями-мостами. Их рассматривают в виде системы самостоятельных контактов, которые, по мнению М. Грановеттра, характеризуются меньшей интенсивностью и выступают в качестве «слабых связей»<sup>51</sup>. Связи-мосты, которые соединяют субъектов социальных сетей, различающихся социальным статусом, принято называть связями-звеньями. Таким образом, структура такого состояния социального капитала определяется тремя типами социальных связей: связи-узлами, связями-мостами и связями-звеньями. Она обеспечивает доступ акторов различных социальных сетей к ресурсам и благам, использование каналов распределения их между участниками разных статусов.

Институциональное состояние социального капитала представлено такими структурными компонентами как институционализированные нормы, правила, санкции и

<sup>51</sup> Грановеттер Марк Сила слабых связей // [Электронный ресурс] / Экономическая социология. 2009. №4. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sila-slabyh-svyazey> (Дата обращения: 12.05.2020).

права. Каждый из компонентов этого состояния представлен в качестве атрибута любой социальной сети, подкрепление и реализация которых осуществляется за счет, имеющихся в распоряжении ресурсов самой сети. Авторитет, а также соблюдение этих компонентов неоспоримы и обязательны для всех членов такой сети.

Рассмотренные состояния социального капитала представляют собой проявления трех его компонентов. Каждый компонент выражает реляционный или структурный аспект социального капитала, однако не является социальным капиталом сам по себе. Так, доверие между индивидами может быть продуктивным ресурсом, если оно поддерживается социальными связями акторов, интегрированных в социальную сеть, где обеспечивается соблюдение взаимных обязательств. В свою очередь, социальные связи могут обеспечить индивидам доступ к тем или иным благам в случае, если связи опираются на доверие между поддерживающими их субъектами и наличие у них мотивации к оказанию взаимной поддержки. Без подкрепления доверием, взаимными обязательствами, нормами и санкциями связи будут носить формальный характер и не смогут обеспечить согласованных действий индивидов по достижению совместных целей.

Социальный капитал представляет собой целостную систему интегрирующих друг друга состояний, структуры социальных связей и отношений. Все вместе определяет характер и формы доверия между индивидами.

В зависимости от структурного наполнения социального капитала его можно классифицировать, выделив ряд видов.

Большую работу в этом направлении проделали исследователи социального капитала Джанин Нахапиев и Сумантра Гошал, которым приписывают создание одной из ведущих видовых классификаций социального капитала, разделяющие его на структурный, когнитивный и реляционный. В своей работе они делают акцент на том, что в зависимости от вида социальный капитал, как объект научного исследования требует различных специфических методов измерения<sup>52</sup>.

Под структурным социальным капиталом исследователи понимают «наличие сети доступа к людям и ресурсам»<sup>53</sup>. Под реляционным и когнитивным (мыслительный) – способность к обмену ресурсами. Главное их отличие заключено в том, что когнитивный социальный капитал относится к сфере субъективной интерпретации общих представлений, тогда как реляционный включает чувства доверия, которые разделяют многие акторы в социальном контексте.

<b>Структурный</b>	<b>Мыслительный</b>	<b>Реляционный</b>
Общественное устройство	Общее понимание	Характер и качество взаимоотношений
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Сетевые связи и конфигурация;</li> <li>● Роли, правила, прецеденты и процедуры.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Общий язык и рассказы;</li> <li>● Общие ценности, взгляды и</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Доверие и надежность;</li> <li>● Нормы и санкции;</li> <li>● Обязательства и</li> </ul>

52 Нахапиев, Джанин и Сумантра Гошал Социальный капитал, интеллектуальный капитал и организационное преимущество. Обзор академии менеджмента. 1998. №23(2): С. 242.

53 Эндрюс, Рис. 2010. "Организационный социальный капитал, структура и результативность. "Человеческие Отношения 63 (5):583-608.



	суждения.	ожидания; ● Идентичность и идентификация.
--	-----------	--

Таким образом, социальный капитал подвергается разным способам измерения. Связи между участниками определяют социальный капитал как структурный, доверие между ними относится к реляционному (мыслительному), а общие цели и ценности между участниками относятся к когнитивному измерению социального капитала. Однако стоит заметить, что все 3 грани вида социального капитала взаимосвязаны. Таким образом, они усиливают друг друга и на практике измерения социального капитала могут быть настолько переплетены, что их разделение не представляется возможным.

Рост (снижение) социального и человеческого капитала на всех уровнях управления экономикой находится в прямо пропорциональной зависимости. Управление факторами функционирования социального капитала одновременно есть управление факторами функционирования человеческого капитала.

Социальный капитал выполняет ряд важнейших функций. Рассмотрим их сущность и содержание.

#### 1. Функция социализации.

Это главная функция социального капитала, его «генеральная» цель и предназначение. Социализация общества есть предпосылка роста доверия и уверенности большинства населения страны и регионов. Процессы социализации пронизывают все общество: его сектора, отрасли и территории. Мировой опыт функционирования

экономики разных стран свидетельствует о том, что чем более социализировано общество, тем крепче его экономическая жизнь. Социально-экономические системы развитых стран мира, устойчивый характер их развития, есть тому подтверждение.

## 2. Функция информационная.

Социальный капитал формирует мотивацию участников социальных взаимодействий собирать, хранить, обрабатывать и предоставлять учетные данные пользователям соответствующей информации. В результате развития социальных взаимосвязей повышается информированность их участников об интересующих объектах, явлениях и процессах. Осведомленный в соответствующих вопросах участник социальных взаимодействий крепче и увереннее «стоит на ногах»<sup>54</sup>. Владея достоверной информацией, ему легче принимать собственные решения, трансформировать суть информации под углом собственных суждений. Поэтому информация может быть как объективной, так и субъективной - в виде оценочных суждений участников социальных взаимодействий. Последнее обстоятельство связано с другой функцией социального капитала - функцией институционализации.

## 3. Функция институционализации.

Социальный капитал, пронизывая механизмы функционирования разных сфер социально-экономических отношений, способствует углублению и ускорению трансформационных процессов развития институциональной среды. Экспансия социального капитала под углом

54 Хайкин М.М. Управление сферой услуг в развитии человеческого капитала // СПб.: Издательство СПбГУЭФ, 2010.

институционализма способствует тому, что социальный капитал начинает выступать областью экономических исследований. Социальный капитал «красной нитью пронизывает» институциональную среду. Он корректирует существующее и формирует новое институциональное пространство силами формальных и неформальных общественных институтов.

#### 4. Функция учета и контроля.

В результате сформированных баз данных, в которых отражена информация о будущем состоянии объекта, предмета, явления и процесса в прогнозируемом временном интервале, появляется возможность осуществлять учет и контроль над процессами реализации планируемых мероприятий, видов деятельности, объемов работ. Таким образом, в данном аспекте социальный капитал начинает выступать своеобразным учетно-контрольным инструментом функционирования различных социально-экономических систем и их структурных элементов.

#### 5. Функция экономическая.

Социальный капитал является необходимым условием роста деловой и инвестиционной активности, значений валовых макроэкономических показателей национальных счетов, экономического прогресса на всех уровнях управления экономикой.<sup>55</sup>

#### 6. Функция общественно-политическая.

Социальный капитал способствует развитию и укреплению горизонтальных и вертикальных связей в рамках функционирования различных социально-экономических систем. Это, в свою очередь, создает условия для

<sup>55</sup> Меркулов Д.В. Социальный капитал и его роль в развитии экономики. Дисс. 2005.

формирования и развития гражданского общества, укрепления власти, бизнеса, «третьего сектора», среднего класса, социальной защиты населения.

#### 7. Функция синергетическая.

В результате объединения и переплетения сложной системы различных социальных взаимосвязей в рамках функционирования больших и сложных социально-экономических систем, появляется действие синергетического эффекта, который оказывает очень сильное влияние (прямое и косвенное) на механизмы достижения целей этих систем. В среде специалистов в области синергетики ни для кого не секрет, что «синергетическая тема» весьма непростая и не до конца изученная. В рамках же функционирования социального капитала, который объединяет и переплетает взаимодействие субъектов социальной среды, действие синергетического эффекта, с одной стороны, особенно ощутимо, а с другой - является существенным «белым пятном» с научной и теоретической точек зрения.

8. Функция интеллектуализации и инновационного развития экономики. Социальный капитал, внедряясь в разные сферы общественной жизни, охватывает такие важнейшие области, как: фундаментальную и прикладную науку, технику, инновационные технологии. На всех стадиях формирования, обоснования, предложения и внедрения инновации в результате социальных взаимосвязей в соответствующей интеллектуальной среде социальный капитал «подпитывает» данную идею, развивает ее, наполняя новым содержанием. Отношения между участниками

социальных взаимодействий могут быть организованными - законодательно регламентированными, формальными, и неорганизованными - никак правовым образом не определенными, неформальными. На практике в сложной системе реально происходящих социальных контактов неформальная ее составляющая нередко доминирует по отношению к формальной: не все можно «прописать» формальными правилами и процедурами. Таким образом, в этих процессах социальный капитал выступает как формальным, так и неформальным ресурсом интеллектуализации и инновационного развития социально-экономических систем различного вида.

9. Функция воспроизводства человеческого капитала. Человеческий капитал на всех уровнях управления экономикой не может производиться, накапливаться и использоваться вне социальных взаимодействий между какими-либо субъектами. Такая способность возможна только в краткосрочном временном интервале. Следует отметить, что в рамках долгосрочного периода времени процессы функционирования человеческого капитала всегда имеют потоковую природу. Социальный капитал, выполняя информационную функцию, обеспечивает движение информационных потоков как внутри социально-экономической системы, так и за ее пределами: на «входе» и «выходе» системы. В результате потребления той или иной информации человек «пропускает эту информацию через себя». В зависимости от характера использования данной информации он корректирует ее, сохраняет в первоначальном виде, коллегиально обсуждает и т.п. Если эта информация

носит профессиональный, специальный, познавательный характер, связана с ведением здорового образа жизни и т.д., то она непосредственно связана с процессами воспроизводства человеческого капитала. Развитие социального капитала есть условие воспроизводства человеческого капитала.

#### 10. Сокращение операционных издержек

Здесь основным механизмом общественных отношений является моральная ценность доверия. Доверие заменяет контракты (в частности, в случаях, когда они являются неполными или очень дорогостоящими) и мониторинг (в частности, в условиях неопределенности), что экономит время и деньги. Заслуживающее доверия поведение также помогает создать репутацию, которая, вероятно, вызовет еще большее доверие, еще больше уменьшая транзакционные издержки. Надежность, в свою очередь, помогает снизить вероятность фрирайда в лицензионные товары, а также погоня за рентой и моральные риски. Соответственно, доверие можно понимать как «Уверенность в том, что стороны будут работать на взаимную выгоду и воздерживаться от оппортунистического поведения»<sup>56</sup>. Это снижает операционные издержки, потому что позволяет сторонам экономить время и усилия, что позволяет эффективно полагаться на слово партнера.

#### 11. Включение и укрепление коллективных действий

В этом случае основным механизмом общественных отношений является солидарность и/или организация. Сотрудничество между отдельными лицами и организациями

<sup>56</sup> Molm L. D., Cook K. S. Social Exchange and Exchange Networks // Sociological Perspectives on Social Psychology / (eds) K. S. Cook, G. A. Fine, J. S. House. Boston: Allyn and Bacon, 1995.

создает эффект масштаба и помогает предоставлять и управлять полуобщественными товарами (за пределами государства) или обеспечивать поставки общественных товаров государством. В условиях неопределенности доверие снижает риски сотрудничества и закрывает возможности для действий, которые в противном случае были бы непривлекательными. Такое подтверждающее доверие сотрудничество может также усилить переговорную власть в рынок, что ведет к расширению доступа или улучшению условий переговоров на рынках капитала, технологии и доступ к рынку

12. Функция консолидации и группообразования общества (сплочение, объединение общества), прежде всего, рассматривается как формирование и сплочение объединений людей внутри социума. Общение и межличностное взаимодействие расширяет спектр интересов, общей эрудированности и развивает навык общения. Люди с обширным и разнообразным социальным капиталом не только интегрированы в различные общественные группы, но и проявляют большую эмпатию и симпатию к окружающим. Консолидация позволяет людям более эффективно действовать в условиях решения общих задач.

13. Интегрирующая функция играет важную роль в распространении информации для широкой аудитории, определения общественного мнения, что позволяет согласовывать общесоциальные цели. Для широкой аудитории единство информационного пространства обеспечивает сплочения между ее членами, согласовывает их

цели, убеждения, сближает участников взаимодействия. Интегративная функция социального капитала заключается еще и в том, что люди перестают враждебно воспринимать друг друга, начинают больше понимать окружающих людей в процессе взаимного погружения в менталитет, традиции, обычаи и т.д., формируется устойчивая массовая культура, унифицируя и утилизируя, внутриобщественные стереотипы и предрассудки.

#### 14. Функция контроля

Функция контроля в первую очередь заключается в том, что человек, обладающий широким социальным капиталом, чаще всего стремится не потерять свои социальные связи, которые возможно могут быть ему полезны в будущем. Он стремится подстроиться под мнение большинства, то есть мимикрирует. Можно выделить как положительные, так и отрицательные стороны этого феномена. Положительная сторона феномена заключается в том, что таким образом формируется и осуществляется социальный самоконтроль и самоорганизация. Негативная сторона функции контроля социального капитала была отражена Алехандро Портесом и рассмотрена нами ранее. Она в первую очередь связана с тем, что люди в попытках подстроиться под общественное мнение, могут терять индивидуальность, действовать в ущерб своим интересам, а в противном случае могут стать жертвами общественного порицания, давления или в контексте социальных сетей - буллинга и интернет-травли.

#### 15. Экономический буфер

Объём и развитость социального капитала обеспечивают не только устойчивость внутри социальной структуры, но и



стабильность у отдельно взятых людей, дарит им уверенность в завтрашнем дне. Так посредством межличностных связей человек становится более независимым как экономически, так и психологически от возможных изменений. Формируется так называемый экономический буфер, то есть человек в случае необходимости может не прибегает к использованию специфических социальных институтов, таких как, например, банковская система, а обращается к помощи близких и друзей<sup>57</sup>.

Анализ литературы по исследуемой проблематике показал, что социальные связи, поддерживаемые людьми, могут существовать в ограниченном количестве. В связи с чем, важно затронуть теорию общественных отношений, предложенную британским антропологом Р. Данбаром. Эта концепция носит название – Число Данбара<sup>58</sup>. Под этим названием подразумевается то, что наши контакты с другими людьми ограничены и одновременно мы имеет возможность поддерживать лишь 150 устойчивых связей. Однако эта цифра варьируется, по словам Р. Данбара в зависимости от индивидуальных особенностей человека. В связи с этим мы можем утверждать, что в реальной жизни человек не может поддерживать бесконечное число устойчивых контактов. Ко всему прочему, коммуницируя с одним человеком, индивид не может коммуницировать с другим, не разорвав смысловой сути с первым. Это связано в первую очередь, с когнитивными способностями нашего мозга. В связи с этим Р. Данбар предлагает кластеризировать контакты людей на

57 Хайкин М.М., Крутик А.Б. Социальный капитал и социальные сети // Вестник южно-уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2014. С. 85-92.

58 Dunbar R. Grooming, Gossip and the Evolution of Language'. Harvard University Press. 1997. 290 p.

следующие категории (Слои Данбара. Рис. 1.):

- 1,5 человека: самые близкие связи;
- 5 человек: «лучшие друзья» или члены семьи, те люди, в которых мы уверены, что они нам всегда помогут;
- 15 человек: друзья. Часть нашего доверительного окружения, с которыми мы готовы поделиться нашими переживаниями и можем рассчитывать на их эмпатию;
- 50 человек: постоянные члены нашего окружения;
- 150 человек: знакомые<sup>59</sup>.

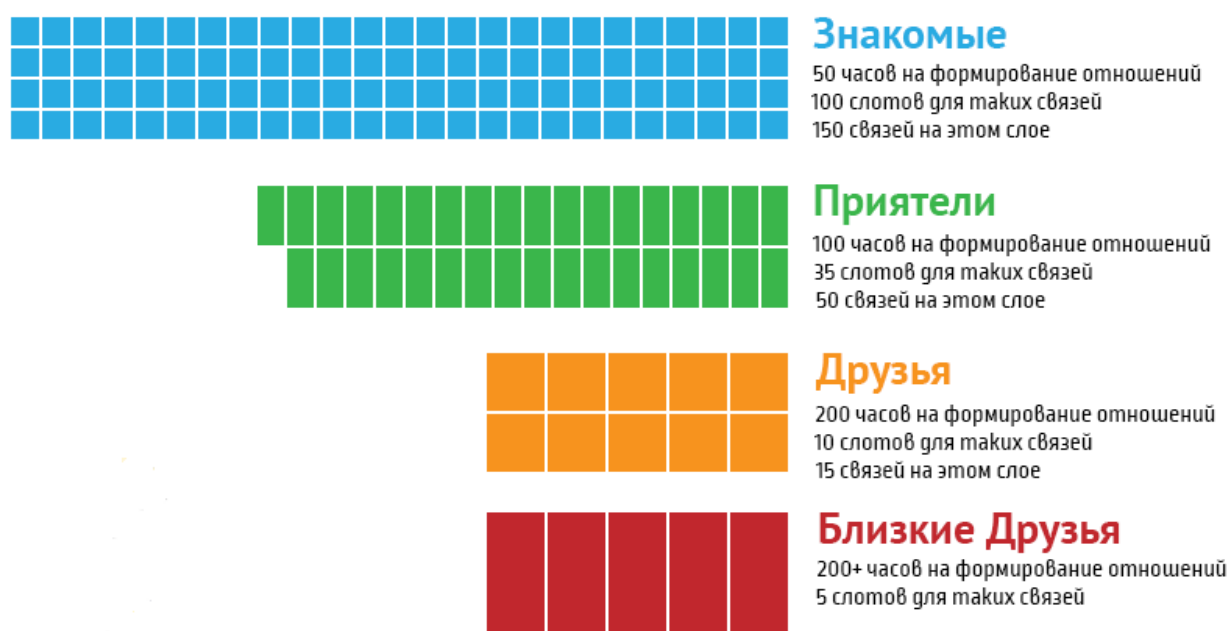


Рис. 1. Визуализация слоев Данбара.

Таким образом, теория Слоев Данбара разделяет наши социальные связи, которые связаны так, что каждый всё меньший кластер входит в числовую структуру предыдущего.

<sup>59</sup> Какая массовость нужна людям: Слои Данбара. // [Электронный ресурс] / ММОЗГОВЕД. 2019. Режим доступа: <https://mmo zg.net/theory/2019/07/23/kakaya-massovost-nuzhna-lyudyam-sloi-danbara.html> (Дата обращения: 13.05.2020)

Из 150 знакомых, мы имеем 50 постоянных контактов, из них 15 людей, которым мы можем довериться и так далее. То есть речь идет об ограниченности реального социального капитала. Однако, в рамках социальных сетей, как платформы киберпространства для коммуникации между людьми, создается иллюзия бесконечности социальных связей. Важным стоит вопрос о понятии социальных сетей и их особенностях, которые раскрывают потенциал социального капитала индивида.

Рассмотрев компоненты и структуру социального капитала, выделяются три типа социальных связей, которые в совокупности представляют собой организацию социального капитала и определяют его характеристики и функциональность.

## **Функциональное значение Social Media в формировании социального капитала молодежи**

### **2.1. Social Media: понятие и характеристики**

Ведущей тенденцией прогресса Интернета как одного из средств общения и обмена информацией является становление и активное развитие социальных сетей. Они отличаются слабой контролируемостью, способностью быстро мобилизовать потенциал пользователей и способствуют их самоорганизации. Увеличение числа социальных сетей и динамика их развития как качественного, так и количественного говорит об их востребованности, простоте и удобстве использования для обеспечения коммуникации внутри социальных групп.

Сегодня уже невозможно представить современного человека вне киберпространства и социальных сетей в частности, так как общество существует в условиях постоянной глобализации, информатизации и цифровизации, причиной которых является повсеместное распространение различных информационных технологий. Они, в свою очередь, оказывают сильнейшее влияние на повседневную жизнь людей, взаимоотношения между ними, появление новых контактов.

Первым в научный оборот понятие «социальная сеть» ввел Джеймс Барнс в своем труде «Классы и собрания в норвежском островном приходе». В своей работе он пришел к выводу, что размер социальной сети ограничен, а ее предел равен 150 связям, которые развиваются вокруг одного

человека<sup>60</sup>. Таким образом, по мнению Дж. Барнса, разом человек может поддерживать 150 контактов. Однако сейчас это не настолько правда, так как благодаря появлению интернета, термин получил новую жизнь и стал использоваться для расшифровки различного рода площадок онлайн-коммуникации, особенность которых заключается в самопрезентации самого индивида, а также общении с другими пользователями данного ресурса.

Обычно социологическая традиция определяет социальные сети как структуру из разного рода элементов (индивидуальных или коллективных), построенных на взаимодействии между ними, связанных разного рода отношениями (совокупности связей между агентами)<sup>61</sup>. Можно сказать, что социальные сети сами по себе представляются нам как структура взаимодействующих между собой объектов, в первую очередь людей. В самом распространенном понимании социальная сеть представляет собой группу индивидов, одно или несколько сообществ, которые заняты общим делом, а также преследуют общие цели для всей группы, имеющих поводы для коммуникации. Философия определяет социальную сеть как различные социальные объекты, между которыми происходит взаимодействие в разных проявлениях.

На основе интернета значение социальных сетей преобразовалось. Их стали рассматривать как различные веб-сервисы, которые способствуют генерации контента, то есть содержимого, которое имеет определенную ценность для

60 Фирсов М. В. История социальной работы. М.: Академический проект: Трикста, 2009. 606 с.

61 Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М.: Физматлит, 2010. 228 с.

сообщества пользователей такой платформы. Количество таких виртуальных площадок росло, и они стали иметь общее название «сервисы веб 2.0».

Социальные медиа (англ. social media, social networking services - социальные средства коммуникации, службы сетевого общения) - вид массовой коммуникации посредством интернета<sup>62</sup>. Такое определение наиболее распространено среди исследователей социальных сетей, так как позволяет рассматривать его с той или иной стороны, в виду того, что не придает конкретики социальным сетям.

Тим О'Рейли (Tim O'Reilly) преобразовал понятие социальных сетей и рассмотрел его как виртуальную площадку по взаимодействию между людьми. В своей статье «Tim O'Reilly — What Is Web 2.0» социальные сети он определяет как «методику проектирования систем, которые путём учета сетевых взаимодействий становятся тем лучше, чем больше людей ими пользуются. Особенностью веб 2.0 является принцип привлечения пользователей к наполнению и многократной выверке контента»<sup>63</sup>.

Немецкие исследователи А. Каплан и М. Хайнлейн определяет social media как «группу интернет-приложений на той или иной идеологической и технологической базе web 2.0., которые позволяют участникам социальных сетей создавать содержание (контент) и обмениваться им»<sup>64</sup>.

Зарубежные исследователи социальных сетей, такие как

62 Огнева, И.Н. Б Библиотека и социальные медиа // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://kpfu.ru/portal/docs/F309211603/Biblioteka.i.socialnye.media.soobschenie.pdf> (Дата обращения:06.05.2020)

63 O'Reilly Tim What Is Web 2.0 // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (Дата обращения: 06.05.2020)

64 Kaplan A., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media // Business Horizons. 2010. - № 53 (1). P. 59-68.

Д. Бойд и Н.Б. Эллисон под виртуальной социальной сетью понимали веб-сервис, который открывает пользователю такой платформы возможность самопрезентации посредством создания личного профиля, просмотра аналогичных профилей других пользователей и построения с ними коммуникации, посредством добавления друг друга в списки «друзей» и транслировании другим пользователям имеющихся контактов. Е.Д. Патаркин в своей работе «Социальные сервисы Веб 2.0 в помощь учителю» определяет социальные сети как «платформы, на базе которых участники могут устанавливать отношения друг с другом», что верно отражает возможности, указанные Д. Бойд и Н.Б. Эллисон<sup>65</sup>. Можно сказать, что социальные сети это веб-сайты, которые обязательно должны обладать контентом нацеленным на пользователя, автоматизированным механизмом, позволяющим налаживать социальные связи между пользователями или создавать отдельные сообщества, а также просматривать информацию о самих пользователях и их социальных связях.

В нашей стране у социологов есть свои трактовки понятия «социальных сетей». Так социологи Е.В. Реутов, М.Н. Реутова, Л.В. Колпина и И.В. Бояринова в своей статье «Эффективность социальных сетей в региональном сообществе» определяют социальные сети как «... комплекс относительно стабильных и долговременных взаимодействий неформального характера, не имеющих выраженной организационной структуры и выполняющих по отношению к их участникам функцию наращивания объема личного и

<sup>65</sup> Патаракин Е.Д. Социальные сервисы Веб 2.0 в помощь учителю: уч. -метод. пос. 2-е изд. М.: Интуит.ру, 2007. 64 с.

социального капитала» и приходят к выводу, что «социальные сети формируются преимущественно на уровне родственных и дружеских связей»<sup>66</sup>.

Ещё одно определение социальных медиа дано профессором МГУ им. М. В. Ломосонова Чумиковым А., который утверждает, что social media «это любые интернет-проекты в формате web 2.0, содержание которых формируют сами пользователи в социальных сетях, блогах, подкастах, web-сайтах, на интернет-форумах, Wiki, видеохостингах, печатных, онлайн-овых и мобильных продуктах»<sup>67</sup>.

Шестеркина Л. П. и Борченко И.Д., обобщив наработанный теоретический и понятийный материал пришли к выводу, что «новые социальные медиа – это интерактивные цифровые способы доставки информации, средство коммуникации, где главным коммуникативным источником является Интернет»<sup>68</sup>.

Изучая личность в условиях социальных сетей, а также рассматривая социокультурные взаимодействия между людьми, Гримов О.А дает собственное определение социальных сетей, которые он понимает как «интерактивные многопользовательские веб-сервисы, служащие для построения и организации социальных связей и отношений в виртуальном пространстве»<sup>69</sup>.

66 Реутов Е.В. Социальные сети в региональном сообществе: монография / Реутов Е.В., Колпина Л.В., Реутова М.Н., Бояринова И.В.; отв. ред. Е.В. Реутов. Белгород: Константа, 2011. С. 80-88.

67 Чумиков А. Н. Медиарилейшнз: учеб. пособие для студ. вузов. М.: Аспект Пресс, 2014. 184 с.

68 Болдина К.А. Развитие жанра «Сторителлинг» в контексте новых медиа // Журналистика как важный фактор международного сотрудничества: Вектор развития. Сборник материалов международной научно-практической конференции кафедры журналистики. 2018. С. 105-112.

69 Гримов О.А. Социокультурные практики личности в социальных сетях: дис. канд. социол. наук. Курск, 2014. 192 с.



Одной из ведущих черт социальных медиа представляется их способность репрезентировать огромное количество разноплановых точек зрения. В этом свете говоря о природе и специфике социальных сетей можно выделить два ведущих подхода в контексте понимания социальных медиа как инструмента коммуникации по средствам новых технологий. В соответствии с первым, социальные медиа представляются инновационной формой дистанционного коммуникативных взаимодействия людей, которое способствует формированию новой общественной системы. Новая, эгалитарная по своему характеру среда, в которой нет единого центра, представляет собой многополярное образование со слабой иерархией и отсутствие ярко выраженных очевидных границ. Эти особенности позволяют рассматривать социальные сети как пространства для обмена информацией, дискуссионную площадку, которая функционирует по принципу свободного, динамичного и регулярного взаимодействия актов. Старший научный сотрудник Ассоциации исследования новых средств коммуникации Пол Гиллин в своей работе «Новые агенты влияния» обозначает социальные медиа «как многозначный термин, который объединяет различные on-line технологии в интернете, которые позволяют пользователям общаться, взаимодействовать между собой. Характерная черта всех социальных медиа, по его мнению, заключается в том, что создателями контента являются сами пользователи»<sup>70</sup>.

В контексте второго подхода социальные медиа не являются пространством зарождения и развития новой

70 Гиллен, П. Новые агенты влияния [Текст] / П. Гиллен // USA: Society for New Communications Research. 2009. 80 с.

информации, коммуникативных практик и содержания, они предназначены исключительно для переработки и передачи информации. В работах Л. Гудкова, «социальные сети – это возобновление в технологически новой форме старых механизмов социального общения, т.е. трансляторов распространённых в социуме убеждений и настроений»<sup>71</sup>. Согласно словарю Merriam-Webster: социальные медиа «это формы электронной коммуникации (такие как веб-сайты для социального нетворкинга и микроблоггинга), через которые пользователи создают онлайн-сообщества для обмена информацией, идеями, личными сообщениями, и другим контентом, таким как видео».<sup>72</sup>

На наш взгляд, на сегодняшний день социальные медиа представляют собой конкуренцию этих двух точек зрения, то есть имеют двойственную природу.

Как уже отмечалось многими авторами социальные сети это веб-сервисы или по-другому веб-сайты, которые являются платформой, которые позволяют широкому кругу пользователей данной платформы публиковать, обменивать и обсуждать контент. Так как социальная сеть это веб-сайт, а под ним мы понимаем место в виртуальном пространстве, определяющееся адресом (URL), имеющее владельца, которое воспринимается как единое целое, то оно должно обладать, таким образом, адресом, который можно вбить в поисковую строку, благодаря которой мы переходим на соответствующий сайт социальной сети. Также у социальной сети есть соответствующий владелец, так как

71 Дроздова А.В. Визуальные способы представления повседневности в новых медиа // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2017.

72 Definition of social media // [Электронный ресурс] / Merriam-Webster. Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media> (Дата обращения: 12.05.2020)

функционирование данной социальной медиа должно поддерживаться широким массивом серверов.

Социальные сети сами по себе предназначены для широкой аудитории, то есть от человека не требуется знаний, умений и навыков программирования, фото-, видеосъемки и так далее, а сами социальные сети являются платформой бесплатного или почти бесплатного пользования. Как правило, плата взимается за расширение имеющихся функций. Для использования социальной сети пользователю необходимо пройти регистрацию, суть которой заключается в выборе никнейма, пароля и подтверждения (как минимум) того, что человек «не робот».

Так как социальные сети позволяют пользователям самим создавать и генерировать контент, как на своей персональной страничке своего профиля, так и на чужих страницах профиля, если они открыты и пользователь разрешает оставлять посты, а также через создание виртуальных сетевых сообществ, то в рамках нашей работы будет важным рассмотреть пользователя как «гражданского журналиста» или «просьюмера». Стоит пояснить, что с развитием информационного общества так стали называть «граждан-непрофессионалов в сфере медиа, которые участвуют в создании информационного продукта и самостоятельном донесении информации до массовой аудитории через блоги и открытые медиа, любые другие средства массовой коммуникации»<sup>73</sup>.

Элвин Тоффлер ввел термин «просьюмер» - от сочетания

73 Жилавская И.В. Информальные медиа // [Электронный ресурс] / Научно-культурологический журнал. Коммуникация. 2008. Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=2257> (Дата обращения: 14.05.2020)

английских слов producer (производитель) и consumer (потребитель). Деятельность просьюмера основывается на принципе «сделай сам», поэтому примечательно к интернету, в частности к социальным сетям, будет важным отметить тот факт, что почти каждый пользователь тем или иным образом «просьюмер», так как, основывая на функции социальных сетей, позволяющей генерировать контент, любую запись или публикацию можно назвать журналистикой, хоть и сравнение весьма грубое<sup>74</sup>.

Это пространство, в котором происходит как непосредственное общение между людьми и производство принципиально-нового контента, его последующее распространение, так и трансляция свойственных широким массам тенденций мышления, точек зрения и установок. Это подтверждается целым рядом факторов. Во-первых, возникновением «партисипативной культуры» - совместного созидания, и просьюмеризма, характерного большинству участников сетевого взаимодействия. Во-вторых, геометрическим ростом контента и информационных кейсов внутри сетей. Пользовательский контент приобрел новый статус: из средства репрезентации (произведения) или документации события он превратился в средство коммуникации, или, по словам Е. Петровской, в «чистую коммуникацию»<sup>75</sup>.

Также социальные сети служат новостными порталами, в которых в режиме реального времени отражаются практически все события реальной жизни, при этом, важно отметить, что они хранятся в социальных сетях достаточно

74 Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 1999.

75 Петровская Е. Безымянные сообщества М.: Фаланстер, 2012. 384 с.

продолжительное время формирую «цифровой след».

И. Жилавская ввела термин «информальной журналистики». «Информальная журналистика – это самодеятельное неорганизованное творчество непрофессиональных авторов по созданию массового информационного продукта, который носит неформальный, внеэкономический, социальный характер и рождается из коммуникаций с другими людьми»<sup>76</sup>. Это понятие подтверждает вышесказанное, о том, что любой выложенный нами пост является одновременно продуктом производства и продуктом потребления, которые были созданы в результате коммуникационного взаимодействия между людьми. Следовательно, каждый пользователь социальной сети просьюмер.

Зарегистрировавшись в социальной сети, перед человеком стоит выбор: создать реальный или вымышленный профиль. С одной стороны, публикация реальных фактов о себе повышает доверие и интерес к самому профилю, а с другой ответственность за этот контент также возрастает. Сама суть использования социальных сетей заключается в поддержании старых контактов, приобретенных в реальной жизни, а также с приобретением новых связей, не только с новыми знакомыми в реальной жизни, но и с виртуальными. Следовательно, пользователю необходимо указывать достоверные факты о себе, дабы его могли отыскать друзья, входящие в его окружение, а также идентифицировать его как «своего».

Таким образом, social media это интерактивный

<sup>76</sup> Жилавская И.В. К вопросу о концепции теории всеобщих медиа // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://mic.org.ru/phocadownload/24-zhikavskaya.pdf> (Дата обращения: 14.05.2020)

многопользовательский веб-сайт, обладающий рядом обязательных качеств:

- Появление нового контента зависит лишь от участников данной социальной сети;

- Пользователю предоставляется возможность поддерживать социальные связи с другими пользователями, а также создавать тематические сообщества и генерировать там контент;

- Пользователю наглядно предоставляется список его социальных связей, потенциальных контактов и соответствующая информация о них (количество друзей, общие друзья, информация на страничке пользователя и так далее);

- пользователям доступны функции коммуникации с другими пользователями и социальными объектами<sup>77</sup>.

Среди функций социальной сети выделяют следующие:

1. Коммуникационная. Это функция позволяет пользователям социальной сети добавлять друг друга в список своих «друзей», делится разного рода информацией, а также поддерживать реальное общение друг с другом, если это не удастся сделать в реальной жизни;

2. Информационная. Так как пользователи социальной сети обмениваются между собой разного рода информацией они одновременно выступают в роли источника информации и получателя информации, так происходит двусторонний обмен мнениями;

3. Функция социализации;

4. Самоактуализирующая (самопрезентация)

<sup>77</sup> Социальные сети: эволюция, структура, анализ // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-evolyutsiya-struktura-analiz> (Дата обращения 06.05.2020)

функция;

5. Идентификационная. Заполнение профиля пользователя социальной сети является одной из главных задач самого пользователя, а сами факты предоставленные в заполненной анкете профиля становятся критериями поиска тех или иных участников социальной сети;

6. Функция формирования идентичности. Согласно теории Фестингера (1954 г.), человек склонен сравнивать себя с теми людьми, с которыми у него есть большее количество схожих черт. Кроме того, согласно теории когнитивного диссонанса, похожие люди положительно оценивают друг друга. Это основной механизм, который позволяет человеку четко формулировать свои позиции в отношении других людей и групп<sup>78</sup>.

7. Развлекательная. Социальные сети позволяют обмениваться не только текстовыми сообщениями, но и мультимедийными файлами, кроме того, следует отметить значение виджетов - мини-программ развлекательного характера, создаваемых сторонними производителями для расширения возможностей пользователя (игры, медиа-приложения и т.д.).

Виртуальные социальные сети обладают рядом характеристик социальной сети как социологической структуры. Так, найдя на одном из таких сайтов совершенно незнакомого для себя человека, можно увидеть цепочку промежуточных знакомств, через которую вы с ним связаны.

Мы приходим к выводу, что виртуальные социальные сети построены по принципу моделирования социальных

<sup>78</sup> Стеценко А.И. Признаки когнитивного диссонанса в вузе // [Электронный ресурс] / CYBERLENINKA. 2009. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/priznaki-kognitivnogo-dissonansa-v-vuze> (Дата обращения 15.05.2020)

сетей, обладают рядом схожих характеристик. Но основным отличием онлайн-сетей от реально существующих социальных групп являются следующие: социальный статус пользователей Интернета, участвующих в каком-либо обсуждении, перестает быть фактором, определяющим их поведение. В реальном же социальном пространстве любая социальная роль накладывает на действия актора различные формальные ограничения.

Многообразие и высокие темпы качественного развития остро ставят вопрос видовой классификации социальных медиа.

Е.Д. Патаркин в своих трудах вводит свою типологизацию социальных сетей: 1) «сети, в которых основные типы узлов связаны с участниками и их профайлами или страницами участников (Facebook, Вконтакте, LinkedIn и др.), 2) сети, в которых наибольшее значение имеют узлы, которые представляют собой цифровые объекты - статьи, программы, видеозаписи, закладки (Википедия, YouTube, Flickr, Delicious и т.д.)».

В основу другой классификации положено рассмотрение степени доминирования и коммуникативности. Так выделяют следующие виды сетей:

1) социальные сети с высокой доминантностью и высокой коммуникативностью;

2) социальные сети с высокой связанностью и низкой доминантностью;

3) социальные сети с низкой коммуникативностью и низкой доминантностью;

4) социальные сети с низкой коммуникативностью и



высокой доминантностью<sup>79</sup>.

В современной теории социальных медиа существует также универсальная многоаспектная классификация, включающая в себя несколько критериев. В ее рамках социальные сети распределяются на виды в зависимости от:

1) типа (личное общение, деловое общение, видео, аудио, фото, геолокация, покупки, блоггинг, новости, вопрос-ответ, закладки, виртуальные миры, тематические, развлечения / знакомства);

2) открытости информации (открытые, закрытые, смешанные);

3) географического охвата (мир, страна, территориальная единица, без региона, международная);

4) уровня развития (веб 1.0-веб 3.0).

Л. Сафко и Д. Браке выделяют среди социальных медиа «чистые» социальные сети, которые выполняют часть задач медиа; сетевые издания web 2.0., наполнение которых в большей степени генерируется людьми, использующими данные приложения<sup>80</sup>.

Таким образом, рассмотрев понятие социальных сетей, их функции и структуру мы переходим к рассмотрению особенностей социальных сетей, которые позволяют молодежи сформировать свой социальный капитал в условиях киберпространства.

79 Воронкин А.С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ // Образовательные технологии и общество Т. 17. №1. 2014. С. 650-675.

80 Safko L., Brake D. K. The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. Wiley, 2009. 534 p.

## **2.2. Особенности социальных сетей, как инструмента формирования молодежного социального капитала**

Сегодня социальные сети и все пространство интернет-коммуникаций переживает события, которые приводят к повышению интенсивности коммуникаций между людьми, а также переводит само общение в виртуальную среду – так называемая «четвертая волна»<sup>81</sup>. Важно отметить, что при изучении социальных сетей широко применяется метод «анализа социальных сетей». Он заимствований из социальной антропологии и впервые был применён в отношении социальных медиа в зарубежных странах, среди которых можно выделить выдающихся исследователей Э. Ботт, Дж. Барнс, К. Митчел и других. Он направлен на выделение из всей совокупности социальных взаимодействий людей связи различной интенсивности и плотности. Как отмечает Ф.И. Шарков в своей книге «Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации», метод анализа социальных сетей применяется в совокупности с поведенческой теорией психологии с целью «изучения объективно наблюдаемых форм поведения, в качестве которых признаются процессы социальной коммуникации», в процессе выявления этих форм поведения «не принимаются субъективно-психологические факторы, подчеркивается обусловленность человеческого поведения структурными образованиями, возникающими в ходе коммуникации»<sup>82</sup>. То есть наше общение как поведенческая реакция, изучается с

81 Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации // Учебное пособие 2016. С. 300.

82 Шарков Ф.И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации // Социологические исследования 2001. С. 52-61.

точки зрения наших потребностей и нахождения в той или иной группе (социальной сети) и не учитывается психологический контекст. Как отмечает Н. Луман, описывая принцип самореферентности и аутопоэзиса, общество это активная среда самоорганизации, где коммуникация выступает возможность его самоописания и самовоспроизводства. То есть общество здесь рассматривается как структура субъектно-субъектных отношений, как коммуникационная сеть, где общение выступает методом изучения этой структуры.

В нашей работе мы рассматриваем коммуникацию как основу информационного общества. Одним из первых эту позицию высказал М. Кастельса, который считает, что новым в современных условиях является именно «сети информационных технологий»<sup>83</sup>. Поддерживает данную позицию российский исследователь коммуникационных процессов Д.В. Иванов, для которого именно коммуникация является «современным идолом», а также предложение А.В. Назарчука, призывающего в своих работах перейти от идеи постиндустриального общества к рассмотрению и изучению «коммуникационного общества, общества предельно дисперсного и комплексного, постижение природы которого требует новых подходов и концепций»<sup>84</sup>.

Мы с уверенностью можем утверждать, что молодежь на сегодняшний день является одним из основных пользователей социальных сетей как виртуальной

83 Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с

84 Антонов Г.К. Новые технологии территориального развития России в условиях сетевых коммуникаций (политологический анализ) // [Электронный ресурс] / Диссертация. Режим доступа: [https://disser.spbu.ru/files/phd\\_spsu/antonov\\_g\\_k\\_disser.pdf](https://disser.spbu.ru/files/phd_spsu/antonov_g_k_disser.pdf) (Дата обращения: 15.05.2020)

платформы, а также ее потребность в коммуникации и возможности по сравнению с другими социально-демографическими группами гораздо выше. Необходимо отметить также, что в условиях современного информационного общества молодому человеку просто необходимо находиться в пространстве социальных сетей, чтобы сократить время, в которое отсутствует реальное общение. Рассматривая российский рынок, то наиболее популярной социальной сетью является сеть «ВКонтакте». Однако, важным моментом использования социальных сетей, как отмечают многие исследователи, является ценностный упадок реального общения, происходит его замещение. Так многие авторы отмечают проблемы в психологии общения, искажении реального образа и так далее. Важным аргументом отрицательного влияния социальных сетей является мошенничество и кража личных данных.

Современные социальные сети в отличие от традиционных медиа (СМИ, радио, печать) в результате трансформации приобретают ряд отличительных особенностей. Среди таких особенностей выделяют:

- 1) Дигитальность в социальных сетях;
- 2) Фрактальная структура и целостность сети;
- 3) Нелинейность;
- 4) Интерактивность;
- 5) Гипертекстуальность;
- 6) Визуальность коммуникации;
- 7) Видимая бесконечность;
- 8) Обезличивание коммуникации;
- 9) Оперативность и динамичность контактов;

- 10) Горизонтальность связей и как результат отсутствие иерархии;
- 11) Усиление значения слабых связей;
- 12) Анонимность и фрагментарность персональной информации;
- 13) Документация актов коммуникации;
- 14) Партиципативная культура информационного взаимодействия.

Мы не случайно в качестве первой особенности выделили дигитальность социальных сетей. Это свойство означает, что коммуникация между людьми в социальных сетях опосредована персональными гаджетами (смартфон, планшет, ноутбук, персональный компьютер). Это приводит к тому, что для использования новых сервисов людям необходимо приобретать новые цифровые устройства, что приводит к проблеме исключения многих людей, которые по разным причинам не могут позволить себе те или иные гаджеты. Ко всему прочему использование Интернет-платформы и поиск интересующей информации через поисковую строку приводит к явлению всплывающей рекламы. Таким сервисом является, разработанный Илаем Парайзером (Eli Pariser)<sup>85</sup>, пузырь фильтров – функция веб-сайтов, которые, используя алгоритмы выборочного угадывания и основываясь на запросах пользователя, показывают интересующую информацию пользователю. То есть, анализируя историю запросов, пузырь фильтров, предполагая, что эта информация интересна пользователю, высвечивает ее в качестве всплывающей рекламы.

<sup>85</sup> Паризер Э. За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас? // [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://autor-com.narod.ru/za\\_stenoij\\_filtrov.pdf](http://autor-com.narod.ru/za_stenoij_filtrov.pdf) (Дата обращения: 15.05.2020)

Структурная составляющая социальных сетей выступает еще одной особенностью. Говоря о структуре социальных сетей, мы говорим о ее фрактальности и одновременно целостности. Это означает, что социальные сети состоят из разных небольших образований, которые состоят из еще более меньших образований и так далее, пока сеть не достигнет своего предела, состоящее из двух взаимодействующих человек. Целостность структуры определяется тем, что даже в условиях фрактальности информация внутри такой система характеризуется быстротой перемещения, что синхронизирует глобальные процессы, происходящие в разных частях всей системы.

Большинство исследователей социальных сетей выделяют среди их особенностей нелинейность коммуникации, так как подчеркивают факт, что в киберпространстве нет часовых поясов, время в таких условиях понятие абстрактное. Более того сетевая коммуникация не привязывает человека к месту своего жительства, которое заставляет его общаться лишь с теми, кто проживает поблизости, поэтому происходит переход к более слабым экстерриториальным связям. Причиной всему этому послужила глобализация интернет-среды, что позволяет отдельным личностям из других стран преодолевать географические барьеры, границы между странами, даже работать можно на компанию, проживая в другой стране. Преодоление пространственных и временных рамок социальными сетями позволяет достичь состояния непосредственного гражданского взаимодействия, таким образом, включая каждого человека в мировое гражданское

сообщество, абсолютно во все события, где человек из другой страны может поддержать разного рода движения в другой. Благодаря такому взаимодействию формируется поведение вне своей реальной социальной среды<sup>86</sup>.

Самой важной особенностью современных социальных сетей является их интерактивность – от слова взаимодействие. Рассматривая интерактивность в контексте социального взаимодействия, мы подчёркиваем весь объем человеческих отношений, которые приводят к структурированию языка сообщений, появлению правил обмена соответствующими объектами информации и создания впечатлений о себе. Интерактивность как особенность социальных сетей лежит в основе других особенностей, так как обобщает компоненты социального взаимодействия, такие как потоки информации, информацию, обратная связь, общение и все взаимодействия в реальном времени<sup>87</sup>. Интерактивная коммуникация в условиях социальных сетей обеспечивает равенство и усиливает коммуникативную мощь социальных взаимодействий между пользователями в рамках социальных сетей.

Отличительным свойством социальных сетей от традиционных медиа, которое наиболее присуще сетевому интернет-взаимодействию является гипертекстуальность коммуникации. Логика данной особенности неразрывно связана с интерактивностью социальных сетей. Эта взаимосвязь определяется тем, что пользователи социальной сети, просматривая контент, может уточнить,

86 Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 328 с.

87 Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ.: Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2014. 432 с.

оставив соответствующий комментарий под записью. Это обусловлено взаимодействием в реальном времени публикующего с читающим. Гипертекстуальность образует сетевые связи в пространстве социальных сетей создавая определенного рода однородность и горизонтальность пользователей в отличие от традиционных медиа. Так, обычный пользователь, опубликовавший новость на своей стене имеет больше шансов быть услышанным, в отличие от той же малобюджетной газеты. Гипертекст позволяет каждому пользователю определить собственный маршрут коммуникации, выбирая интересующую его информацию из широкого спектра имеющихся данных. Вводя понятие гипертекста в подтверждение вышесказанного, мы используем трактовку, предложенную М.М. Субботиным, который определяет гипертекст как «соединение смысловой структуры, структуры внутренних связей некоего содержания, и технической среды, технических средств, дающих возможность человеку осваивать структуру смысловых связей, осуществлять переходы между взаимосвязанными элементами»<sup>88</sup>. Гипертекст также тесно связан с нелинейностью коммуникации, который придает ей непоследовательность и свободу письма, отсутствие условного начала и конца присуще этой особенности.

Наряду с текстовой коммуникацией в условиях социальных сетей существует и визуальный аспект. В виду этого мы выделяем визуальность как особенность современных социальных сетей. В доказательство этого высказывая, зарубежные исследователи подчеркивают, что

<sup>88</sup> Субботин М.М. Гипертекст: Новая форма письменной коммуникации // Итоги науки и техники. 1994. Т.18.



подавляющее большинство участников социальной сети в своих публикациях используют только фотографию, либо прикрепляют ее всего к 2-3 предложениям. Благодаря этому мы констатируем наращивание визуального мышления современных пользователей социальных сетей. Активное развитие символично-знаковой формы коммуникации формирует единый этикет использования стикеров, смайликов и других знаков для усиления текстовых форматов передачи сообщения. Интересно, что в 2015 году составители Оксфордского словаря выбрали словом года – «эмодзи», раскрыв его значение как «лицо со слезами радости». По словам составителей, именно этот смайлик отражает «дух, настроение и заботы 2015»<sup>89</sup>.

В связи с этим мы утверждаем, что интернет-мемы, гифки, коубы, демотиваторы, смайлики приводят к трансформации коммуникации между пользователями в сети интернет, выраженный количеством лайков и репостов. Главной причиной доминирования их над текстовой моделью коммуникации является усиление визуальности передаваемой информации. То есть благодаря яркой картинке усиливается визуальный эффект благодаря нашим органам чувств и такие формы коммуникации превалируют над текстом. По мнению П. Ратлидж именно визуальная коммуникация быстрее доносит информацию, намного активнее притягивает к себе внимание, чем текст, тем более, если она анимирована и динамична. Специфические особенности нашего мозга такова, что именно благодаря зрительному контакту информация обрабатывается быстрее,

89 Оксфордский словарь выбрал «словом 2015 года смайлик // [Электронный ресурс] / СНОБ. 2015. Режим доступа: <https://snob.ru/selected/entry/100823/> (Дата обращения: 15.05.2020)

что активнее втягивает пользователя в процесс коммуникации для обсуждения сообщения<sup>90</sup>.

Одобрение сообществом пользователей той или иной записи высчитывается количеством лайков и репостов, что популяризирует то или иное явление, делая его «модным», в связи с чем, рядовые пользователи пространства интернет-коммуникаций, охватывающих весь мир, получили уникальную возможность стать «лидерами мнений», способными влиять на мировосприятие людей. Успешность визуального контента, определяемая количеством лайков и репостов, усиливают еще более визуальный контент, что лишь подчеркивает склонность к визуализации современных пользователей социальных сетей и взаимодействие между ними. Это открывает возможность для воображения, так как создание того или иного популярного мема будет наглядным примером самопрезентации и самовыражения индивида.

К следующей особенности социальных сетей нас подводит используемый в них гипертекст и нелинейность коммуникации. Видимая бесконечность в контексте социальных сетей выражена нескончаемым потоком новой информации, которые могут создавать рядовые пользователи, а также тем, что благодаря функциональным возможностям социальных сетей каждый пользователь может формировать свои собственные списки «друзей». Если мы говорим о реальных контактах, то тут стоит вспомнить о «кругах Данбара», теория которого, в рамках исследуемой темы, говорит об ограниченности социальных контактов, которые может поддерживать индивид в реальном пространстве, тогда

<sup>90</sup> Дроздова А.В. Визуальные способы представления повседневности в новых медиа // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2017.

как в условиях социальных сетей мы можем формировать списки наших друзей теоретически бесконечно, так как существует пользователи, чье количество друзей или подписчиков превышает более одного миллиона. При этом именно сетевым коммуникациям присуща мнимая бесконечность и даже в этом случае теория Данбара сохраняет свое значение.

Так как социальные сети позволяют фиксировать списки наших контактов, так называемая вкладка «друзья». Фиксация своих социальных связей позволяет использовать метод открытого графа (Open Graph), как одну из технологий анализа социального капитала в условиях социальных сетей как отмечает Мельникова Н.И.<sup>91</sup>. Online Open Graph (OOG) представляет собой паутину связей или карту отдельно взятого человека, который является пользователем social media. Безусловно, списки наших друзей формируются на основе реальных знакомств, и оффлайн и онлайн социальный граф со временем стали накладываться друг на друга ввиду развития сферы интернет-коммуникаций. Анализ социальных связей индивида посредством OOG сильно связан с объектами нетворкинга личности, а именно с его друзьями. Поэтому мы можем проанализировать социальные связи человека посредством построения социального графа и выделить из всей совокупности контактов «связи-узы» и «связи-мосты».

Одной из отрицательных особенностей современных социальных сетей является обезличивание коммуникации.

91 Мельникова Н.И. Метрики социальных медиа как социальный капитал // [Электронный ресурс] / CYBERLENINKA. 2012. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metriki-sotsialnyh-media-kak-sotsialnyy-kapital> (Дата обращения 12.05.2020)

Согласно многим зарубежным прогностическим исследованиям сетевая коммуникация деперсонифицируется. В современных социальных сетях достаточно сильно распространено явление «фейковых страниц», на которых расположена информация, не соответствующая реальному образу пользователя. К тому же далеко не всегда данные, указанные на странице могут соответствовать даже у реальных индивидов, либо она может умалчиваться. Однако максимальная адресность как черта обезличивания коммуникации наоборот является ее положительной чертой. В том плане, что в сетевой коммуникации мы можем одновременно поддерживать несколько контактов, не разрывая смысловой нагрузки с ними, тогда как в процессе реального общения, мы не можем общаться с другим человеком в группе, не потеряв смысловую нагрузку уже имеющимся собеседником.

Исходя из вышеупомянутого мы переходим к динамичности и оперативности сетевой коммуникации. Благодаря сетевой коммуникации у индивида вырастает скорость и частота коммуникации в целом, что является сильной стороной современных социальных медиа.

Структура социальных сетей приводит нас к следующей особенности, суть которой заключается в распаде традиционной иерархической модели, построенной на прямой вертикале, к неопределенным актам действия и формированию сетки взаимодействий, в которых ведущую роль играет популярность. Это приводит нас к тому, что в условиях социальных сетей лишь популярность определяет иерархию пользователей, суть которых сводится к тому, что

они становятся лидерами мнений. Однако отсутствующая иерархия приводит к необязательным взаимодействиям между людьми, тогда как в традиционной модели вопрос коммуницировать или нет не обсуждается. В связи с этим отсутствует вертикальность связей, наблюдается абсолютное доминирование горизонтальных связей.

Свобода выбора, формируемая социальными сетями, создает пользователю условия по расширению своих социальных связей таким образом, что он вправе самостоятельно решить в какое время и с кем он хочет начать или прервать контакты. Поэтому встает важным вопрос о том, какие связи мы можем называть сильными, а какие отнести к слабым. Так, по мнению Б. Веллмана, к группе сильных связей относятся контакты с близкими людьми, то есть семья, друзья, коллеги по работе, близкие соседи, то есть те контакты которые встроены в систему «непосредственного общения», тогда как к группе слабых связей относятся знакомые, включенные в систему неблизких контактов<sup>92</sup>. Однако, новая система отношений, выстроенная в условиях виртуальной коммуникации, позволяет говорить о развитии и расширении именно слабых связей. Так как в условиях социальных сетей, сильные связи становятся слабее, так как постоянное общение в реальной жизни не вынуждает нас поддерживать это общение в виртуальной реальности, тогда как слабые связи вполне объективно становятся сильнее из-за частоты и глубины общения в виртуальной реальности. В итоге, в результате влияния социальных сетей происходит трансформация

92 Веллман Б. Постоянство и преобразование Комьюнити // Доклад Законодательной комиссии Канады. Ассоциация Веллмана, 2001. С. 14.

социальных связей, где фактически «далекое» становится «близким», иначе говоря, создается иллюзия «где по-настоящему ничего не удалено, но и не близко»<sup>93</sup>.

Важной отрицательной, но особенностью социальных сетей является полная анонимность и фрагментарность. Изначальной чертой социальных сетей являлась именно анонимность, однако со временем она стала лишь частичной. В любом случае функциональное значение социальных сетей не утратило своей изначальной природы, в результате чего у пользователей существует возможность создать аккаунт, на котором отсутствует реальная информация. В связи с чем, анонимность приводит к некоторым проблемам социального взаимодействия: неуверенность в личности собеседника, так как в социальных сетях мы ведем диалог с фотографией и не может узнать на 100% тот это человек или нет, а также происходит зачастую искажение речи, агрессивность, так как участники социальных сетей считают, что за свои действия они не понесут никакой правовой или иной ответственности. Особы явление в таких обстоятельствах можно считать ботов, которые отсылают нам разного рода спам-сообщения. В результате чего человек может почувствовать потерянность себя, так как он задумается «он в сети с кем-то или один». Однако, анонимность позволяет пользователям открыто высказывать свою позицию по отношению политических вопросов, не боясь быть осужденным общественностью.

Фрагментарность социальной сети приводит нас к тому, что пользователи в условия social media распадаются на мелкие образования, в которых повышается эффективность

<sup>93</sup> Дроздова А.В. Эмоциональная безопасность онлайн-коммуникации: игра по правилам и без // Субъективное благополучие и эмоциональная безопасность личности, материалы IX Международного симпозиума. 2018. С. 85-88.

взаимодействия. Однако в глобальном варианте достичь эффективности не удастся, что и вызывает данную проблему.

Коммуникация в социальных сетях всегда остается задокументированной, так как наша переписка с тем или иным пользователем сохраняется. Этот материал находится всегда под рукой и мы в любой момент, как пользователи, можем обратиться к любой теме разговора, то есть существует возможность продолжить диалог.

Партисипативная культура как особенность социальных сетей заключается в том, что пользователь является одновременно и производителем и потребителем контента в социальных сетях – явление просьюмера.

В результате теоретической работы было выявлено, что все вышеупомянутые особенности социальных сетей являются способами формирования социального капитала молодежи в условиях social media. Каждая особенность тем или иным образом связана с другими, а также обусловлена функциональным значением социальных сетей, что расширяет возможности индивида по расширению своих связей, таким образом, увеличивая его социально-экономический потенциал в обществе.

## **Исследование на тему: «Коммуникативные связи молодежи в социальных сетях»**

### **3.1. Описание программы исследования**

**Актуальность** исследования социального капитала в социальных сетях (Social Media) обусловлена стремительным увеличением виртуализации общества и ростом необходимости осуществления эффективной коммуникации на площадке Social Media. На сегодняшний день все больше коммуникационных процессов протекает не в реальной среде, а в виртуальной. Площадкой для этого становятся социальные сети, предоставляющие пользователям различные онлайн-методы для обмена информацией. Европейские исследования ведущих мировых исследователей в области межличностного и межгруппового взаимодействия показывают, что социальный капитал является не только фактором эффективности коммуникации отдельных индивидов и их объединений, но и всего социума в целом.

Гуманизм как центральная идея концепции социального капитала, в основе которой находятся люди, их взаимоотношения между друг другом. Теория социального капитала стремится изучить человека, не материальную составляющую общества, а именно человека, хоть многие результаты и показывают значительное влияние их взаимоотношений на экономику. Повышенное внимание к данной теме связано в первую очередь с обострением вопроса о моральных ценностях доверия, социального отвержения, солидарности, толерантности, а также общественного самоуправления, самой гражданственности и гражданского



общества и так далее. Вопросы, связанные с отношениями между людьми, их значимости для социума в целом, а также его развития, являются важными в сфере практического применения теории социального капитала, так как их изучение является залогом поддержания гуманистических и демократических принципов, на которых строится современный цивилизованный мир.

Вместе с тем, в условиях постиндустриального общества, когда информация представляет собой ценнейший ресурс, а постоянное взаимодействие и поддержание межличностных связей становится ежедневным необходимым процессом для каждого человека, именно молодежь в силу своих социально-демографических и психологических особенностей становится ведущим актором всевозможных взаимодействий, в процессе которых формируется и наращивается ее социальный капитал. Согласно концепции Д.Б. Эльконина, одним из ведущих типов деятельности в этом возрасте становится общение со сверстниками. В это время легко образуются знакомства и выстраиваются дружеские связи, создаются семьи, становятся значимыми насыщенные коммуникации со сверстниками, в отношениях с которыми, наряду с сохранением коллективно-групповых форм общения, нарастает значение индивидуальных контактов и привязанностей. И.С. Кон отмечает, что «...ни на каком другом этапе человеческой жизни роль коллектива сверстников не бывает так велика, как в периоды юности и молодости». В период жизни индивида, относящийся к молодости, формируются запасы социального капитала, с которыми позднее индивиды переходят в иные социально-

демографические группы (Дж. Холланд, 2008, Гужавина Т.А, 2017). Следует всесторонне изучать специфику, методы формирования и динамику наращивания социального капитала молодежи, выявлять факторы, оказывающие воздействия на этот процесс. Необходимо стараться обеспечивать максимально благоприятные условия для максимального наращивания социальных связей, так как именно это во многом обуславливает успех молодого человека в будущем, влияет на процесс его социализации, воздействует на все сферы жизни и на принятие решений. Это формирует поисковую и исследовательскую задачи по изучению социального капитала, которым обладает данная социально-демографическая группа, как сложного и многоаспектного социального явления.

Востребованность рассматриваемого вопроса подтверждает и тот факт, что только на Западе более 1000 статей о социальном капитале ежегодно печатается в крупнейших рецензируемых журналах (Т. Кларидж, 2019). В отличие от Европы, где понятие «социального капитала» разрабатывается выдающимися теоретиками и находит практическое отражение в реальных исследованиях, в России данное явление малоизучено, вместе с тем доказано, что в следствии этно-территориальных, исторических, культурных и иных факторов есть существенное отличие в моделях коммуникативного взаимодействия и стратегиях формирования социального капитала. Небольшое количество отечественных исследований открывает широкие возможности для проведения крупных передовых исследований в области социологии и коммуникации.

Таким образом, широта и новизна социального капитала, как объекта пристального внимания ученых, способствует еще большему росту актуальности исследования. Множественность подходов к определению термина «социальный капитал», отсутствие единого понятийного аппарата, широкая и разрозненная теоретическая база, недостаточная разработанность инструментария оценки и анализа социального капитала – все это позволяет назвать тему нашей работы одной из передовых и востребованных на данный момент.

**Объект исследования:** молодежь в возрасте от 18 до 30.

**Предмет исследования:** особенности Social Media как пространства формирования социального капитала молодежи.

**Цель исследования:** изучить механизмы формирования и структуру социального капитала молодежи в социальных сетях.

**В соответствии с данной целью были поставлены следующие задачи:**

1. Рассмотреть термины «социальный капитал» и «social media», ознакомиться с научными подходами к их изучению;
2. Выявить механизмы появления новых социальных связей в пространстве социальных сетей;
3. Измерить объем виртуального социального капитала молодежи;
4. Осуществить сравнительный анализ баз реальных и виртуальных контактов молодежи;

5. Провести диагностику состава социального капитала студентов в SM-пространстве;

6. Разработать по результатам исследования комплекс рекомендаций по осознанному формированию социального капитала молодежи в пространстве социальных сетей.

#### **Гипотезы:**

1. Респонденты в возрасте 18 до 20 лет чаще инициирует коммуникативные взаимодействия с незнакомыми людьми, чем молодые люди старшего возраста;

2. Образование и трудовая занятость увеличивают объем индивидуального социального капитала;

3. Высокая активность и конгруэнтность внутри сетевого сообщества увеличивает количество новых социальных связей, которые чаще всего представляют собой связи-мосты;

4. Больше половины коммуникативных связей в структуре виртуального социального капитала можно охарактеризовать, как «слабые связи»;

5. Личное знакомство в оффлайн среде и территориальная близость являются определяющими факторами в формировании сильных связей в социальных сетях;

6. Сильные социальные связи, поддерживаемые регулярным взаимодействием в оффлайн-среде, более чем в 60% случаев не отражаются в структуре виртуального социального капитала.

#### **Паспортичка выборки**

**Тип исследования:** выборочное социологическое исследование.

**Теоретический объект:** социальный капитал современной молодежи.

**Эмпирическим объектом** студенты бакалавриата и магистратуры ЯрГУ им. П.Г. Демидова в возрасте от 18 до 30 лет. Возрастные границы обусловлены определением федерального закона Российской Федерации, выделяющим молодежь как особую социально-демографическую группу населения.

**Метод исследования:** анкетный опрос, контент-анализ, сетевой анализ.

**Инструментарий:** анкета из вопросов, построенных с помощью различных методик.

Статистический анализ полученных данных проведет при помощи программы IBM SPSS Statistics Campus Edition.

**Объем генеральной совокупности:**  $N=4788$

Нами была проведена многоступенчатая выборка обследуемых респондентов. Единицей отбора является индивид.

Первичная выборка для анкетного опроса региональная, случайная, стратифицированная, двухступенчатая, квотированная по полу и уровню образования.

**Объем выборочной совокупности:**  $n_1=360$

Кроме анкетного опроса было проведено качественное исследование и выполнена вторичная механическая выборка.

**Объем выборочной совокупности:**  $n_2=36$

Выборка репрезентирует студентов бакалавриата и магистратуры ЯрГУ им. П.Г. Демидова в возрасте от 18 до 30 лет в 2020 году.

Качественное исследование построено на анализе

персональных страниц в социальных сетях «ВКонтакте» посредством разработанного протокола наблюдений, и сетевого анализа социального капитала респондентов посредством построения графов социальных связей через расширение для визуализации больших данных [www.yasiv.com/vk](http://www.yasiv.com/vk).

**Этапы проведения исследования:**

1. Разработка инструментария.
2. Сбор социологических данных.
3. Обработка полученных данных.
4. Анализ и интерпретация полученных результатов.

**Операционализация понятий:**

1. Социальный капитал – совокупность социальных связей человека, которые представляют собой реальные и потенциальные ресурсы, получаемые в результате разнообразных внутриобщественных взаимодействий

2. Индивидуальный социальный капитал – возможности индивида обеспечивать сокращение транзакционных издержек путем использования своих социальных ресурсов: места индивида в системе социальных институтов, уровня его влияния и связей в данной системе, адекватного понимания им значений социокультурных сигналов и норм, которыми поддерживаются хозяйственные и иные социальные взаимодействия.

3. Виртуальный социальный капитал – весь объем межличностных и личностно-групповых коммуникативных связей человека в киберпространстве

4. Социальная сеть – интерактивные многопользовательские веб-сервисы, служащие для

построения и организации социальных связей и отношений в виртуальном пространстве.

5. Молодежь – В соответствии с Постановлением "Об основных направлениях молодежной политики в Российской Федерации, к категории молодёжь в России относятся граждане от 14 до 30 лет. В рамках данного исследования возрастные рамки были сужены: от 18 до 30.

6. Коммуникация – многоплановый процесс развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной жизнедеятельности.

7. Социальная связь – это зависимость людей, реализованная через социальное действие, осуществляемое с ориентацией на других людей, с ожиданием соответствующего ответного действия партнера.

8. Сетевое сообщество – добровольно формируемые в информационно-коммуникативном пространстве социальных сетей объединения пользователей, основанные на общности разделяемых ими интересов и/или ценностей в ходе производства и потребления социокультурных практик.

## **3.2. Описание результатов исследования**

### **Описание выборочной совокупности**

В качестве респондентов социологического исследования «Коммуникативные связи молодежи в социальных сетях» были выбраны студенты Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова (далее ЯрГУ), квотирование осуществлялось по полу и уровню образования. Объем генеральной совокупности равен 4788. Исследование проводилось в несколько этапов. В первом этапе исследования применялся метод анкетного опроса, выборка которого составила 360 человек. На втором этапе было проведено качественное исследование и выполнена вторичная механическая выборка, опрошен был каждый десятый прошедший анкетирование и оставивший ссылку на свой профиль в «ВКонтакте», ее объем составил 36 человек. Выборка репрезентирует студентов бакалавриата и магистратуры ЯрГУ. Качественное исследование построено на анализе персональных страниц в социальных сетях «ВКонтакте» посредством разработанного протокола наблюдений, и сетевого анализа социального капитала



респондентов посредством построения графов социальных связей через расширение для визуализации больших данных [www.yasiv.com/vk](http://www.yasiv.com/vk).

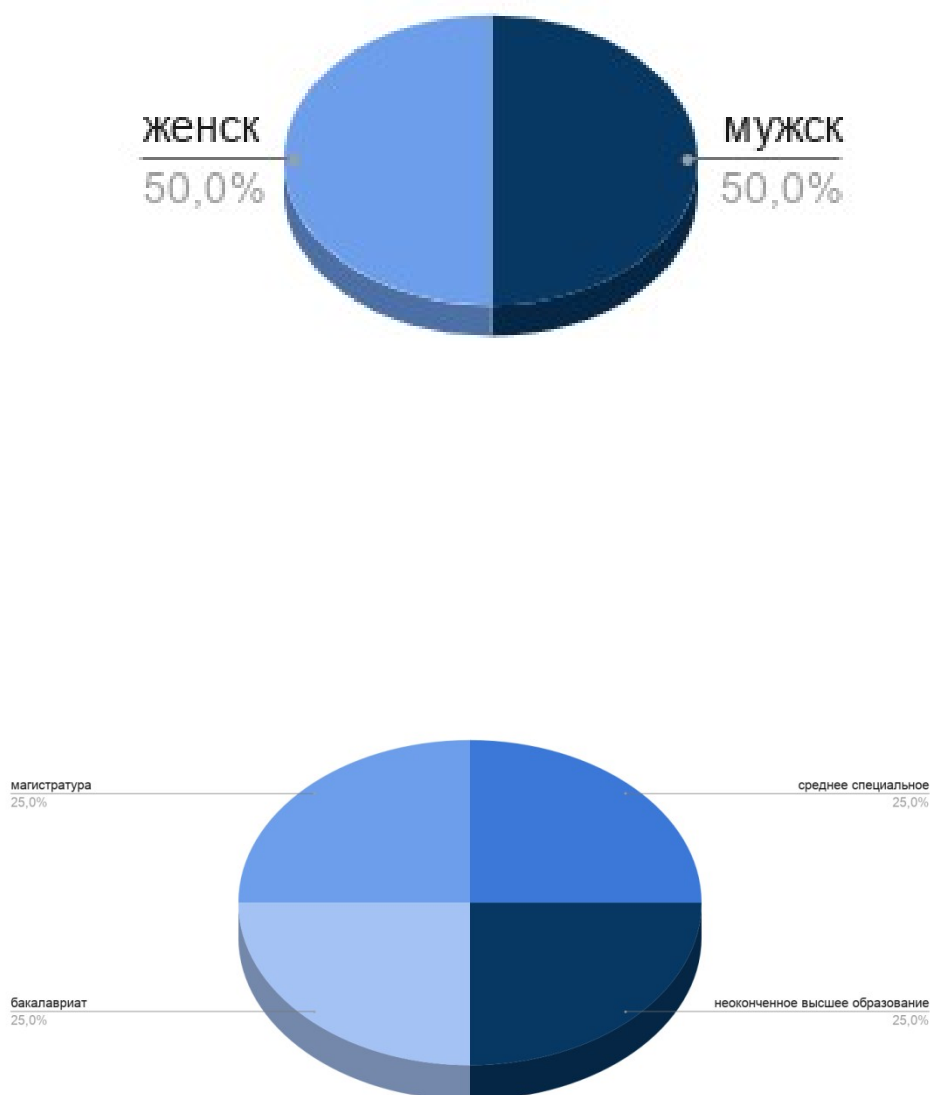


Рис. 2. Квотирование выборочной совокупности по полу и уровню образования

### **Анализ исследования**

По результатам исследования 90,4% считают взаимодействие с другими людьми важной частью их жизни: 38,5% считают, что отношения с другими часто помогают

добиться своих целей, 28,8% отводят коммуникации ведущую роль в достижении успеха и почти четверть респондентов (23,1%) полагают, что межличностные связи иногда полезны (Рис. 3).

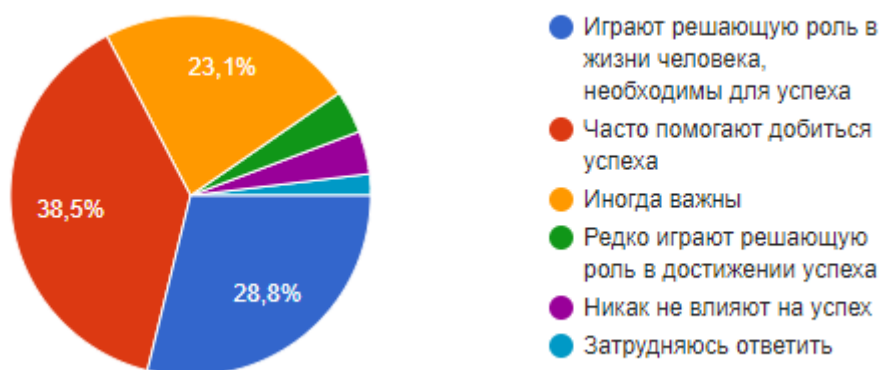


Рис. 3. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как Вы считаете, отношения с другими людьми...»

Острая потребность в коммуникации и новых знакомствах среди молодежи как социально-демографической группы ярко демонстрирует то, что 88,8% (Рис. 4.) опрошенных респондентов чувствуют себя одиноко, им кажется, что в их окружении мало людей, с которыми можно было бы пообщаться, что может вызывать тяжелые психо-эмоциональные состояния, например депрессию, негативно сказываясь на работоспособности, творческой активности, физическом состоянии, что еще раз подтверждает актуальность и востребованность исследования социального капитала и механизмов его формирования в молодежной среде.

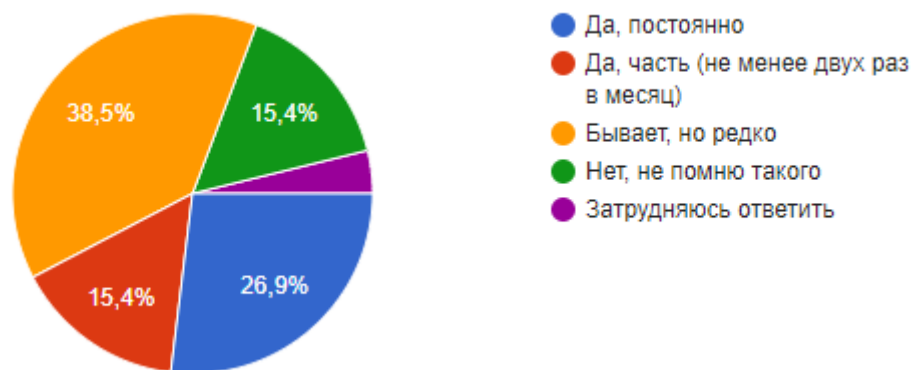


Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос «Бывает ли такое, что Вы начинаете чувствовать себя одиноко и Вам кажется, что у Вас очень мало людей, с которыми можно бы было пообщаться?»

Большинство респондентов 42,3% однозначно считают, что им необходимо расширять свои социальные связи, четверть респондентов скорее видят в этом потребность. При этом четверть респондентов, отвечая на этот вопрос (Рис. 5.) выбрали вариант ответа «скорее нет» (15,4%) и «нет» (9,6%). Можно сказать, что почти каждый второй уверен, что ему как представителю социума необходимо расширять свои социальные связи с целью удовлетворения своих потребностей, в том числе потребность в коммуникации.

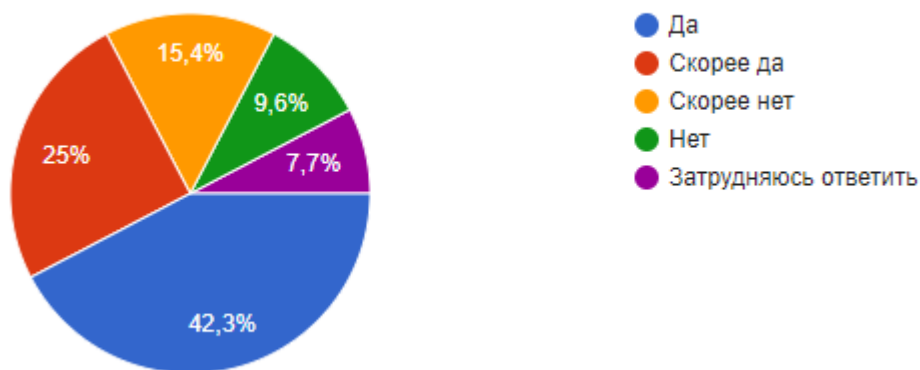


Рис. 5. Распределение ответов респондентов на вопрос «Считаете ли Вы, что Вам необходимо расширять свои социальные связи?»

Также нами был проанализирован уровень удовлетворенности респондентов качеством своих связей с другими людьми. В среднем каждый второй скорее доволен своими межличностными отношениями (61,5%) – Рис. 6. Сохранение потребности в новых коммуникативных контактах в свете удовлетворенности существующими, говорит о том, что молодежь стремится к развитию своего социального капитала, а также выстраивает длительные доверительные взаимодействия, которые способствуют их росту и развитию в социуме.

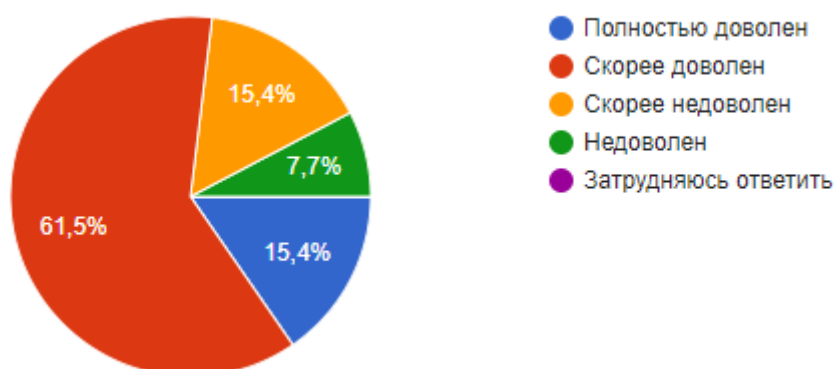


Рис. 6. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько Вы довольны своими отношениями с другими людьми?»

Больше четверти крайне редко завязывают новые знакомства. Из них каждый третий испытывает потребность в коммуникации. Это свидетельствует о низком уровне

осведомленности молодежи о возможностях формирования новых социальных связей, в том числе и посредством социальных сетей. Это негативно сказывается на объеме и качестве социального капитала данных респондентов и обуславливает актуальность разработки схемы продуктов, позволяющих молодым людям налаживать коммуникацию. При этом 57,7% (Рис. 7.), то есть каждый второй, стараются заводить новые знакомства при случае и избирательно, то есть стремятся к расширению своих социальных контактов.



Рис. 7. Распределение ответов респондентов на вопрос «Вы относите себя к людям, которые...»

Одной из ведущих задач нашего исследования была диагностика структуры социального капитала современной молодежи. В результате анализа ответов респондентов на ряд вопросов о способах их знакомства с новыми людьми, а также с помощью оценки существующего виртуального социального капитала мы смогли сформулировать следующие выводы.

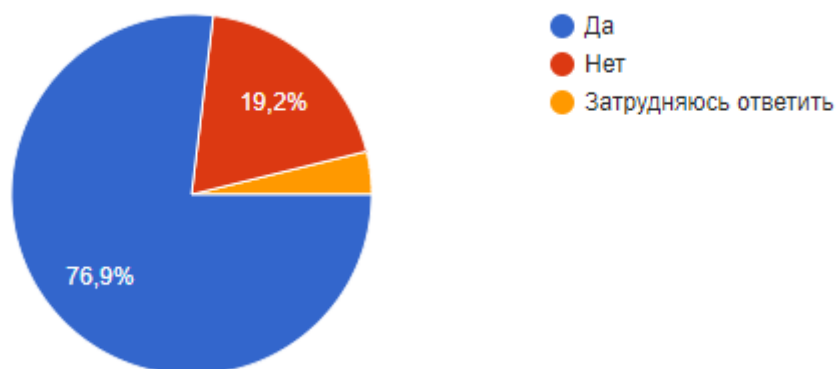


Рис. 8. Распределение ответов респондентов на вопрос «Знакомились ли вы когда-нибудь с людьми в социальных сетях?»

Большинство молодых людей (Рис. 8) предпринимали попытки знакомства с людьми через социальные сети, при этом чаще всего виртуальные знакомства в социальной сети «ВКонтакте» происходили благодаря общим знакомым, разворачивающейся дискуссии в комментариях, членству в одном виртуальном сообществе, взаимным лайкам. Это позволяет говорить о том, что общность контактов и интересов является основным источником увеличения виртуального социального капитала.

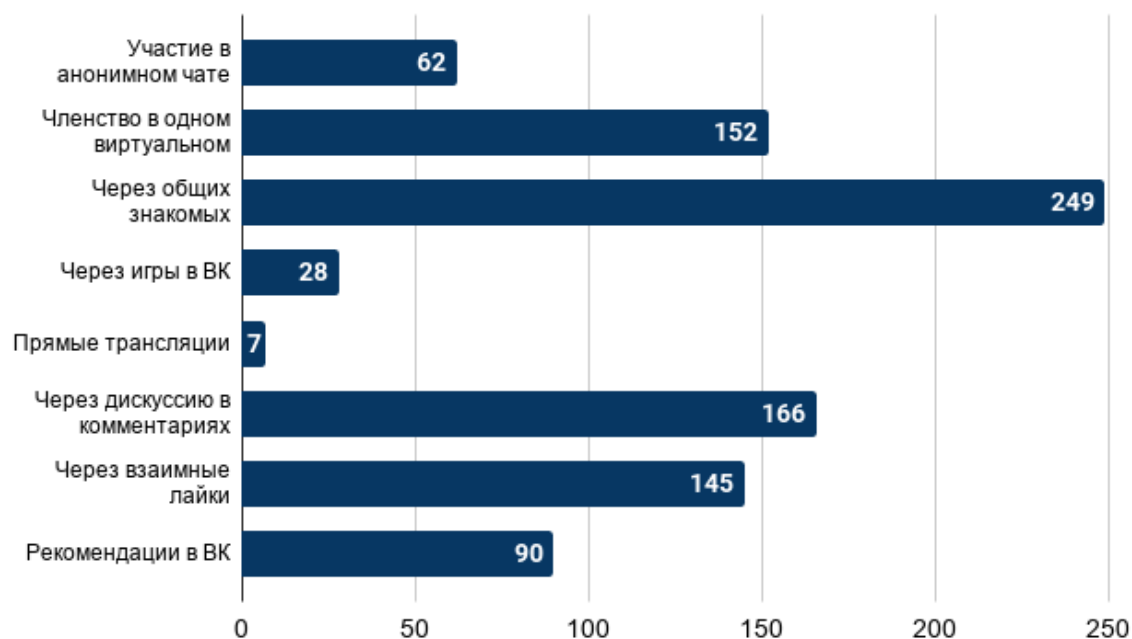


Рис. 9. Распределение ответов респондентов на вопрос «Благодаря чему на Ваш взгляд чаще всего происходит виртуальные знакомства?»

С целью выявления наиболее распространенных увлечений современной молодежи, которые, впоследствии, выступают группообразующими в виртуальной среде, нами был задан вопрос о том, чем они увлекаются. В результате ведущими хобби, наиболее распространёнными среди молодежи, стали фотография и музыка – эти варианты ответа выбрала половина опрошенной молодежи. Следующим по численности респондентов выступил спорт. Четверть респондентов выбрали кинематограф, живопись или компьютерную графику, а также танцы или хореографию (Рис. 9.).

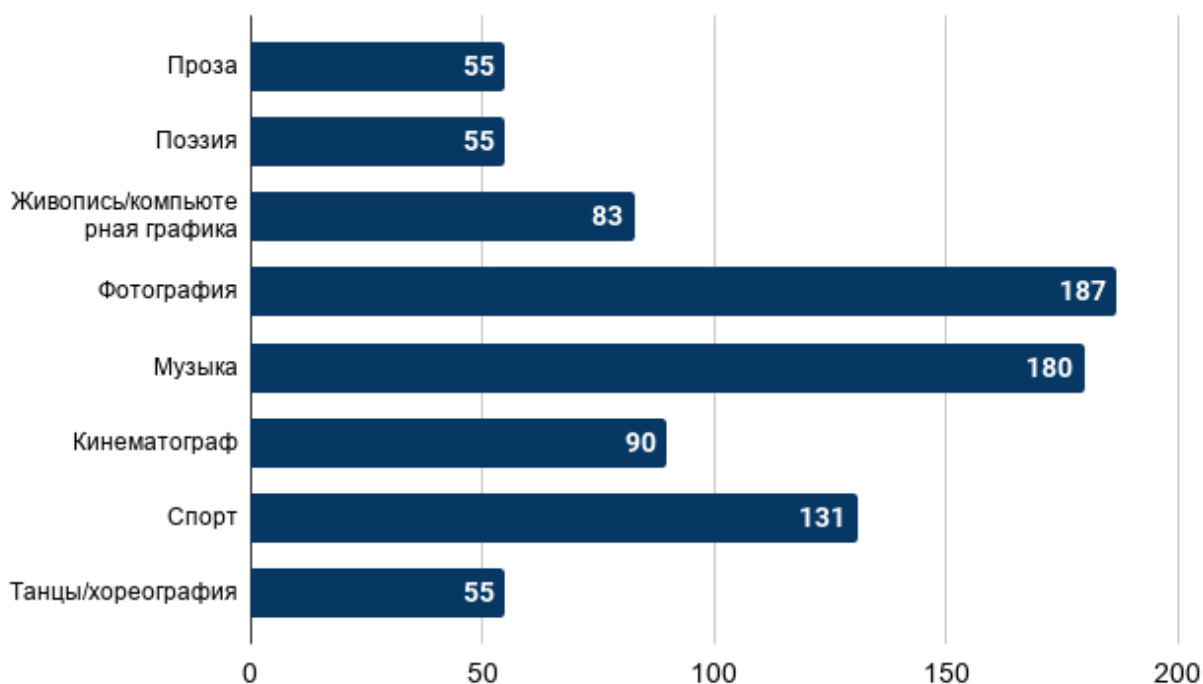


Рис. 10. Распределение ответов респондентов на вопрос «Выберете из предложенного списка ответов, те виды деятельности, которые можно назвать вашими хобби (не более трех вариантов)?»

Вместе с тем нельзя говорить о том, что спонтанные знакомства в социальных сетях представляют собой постоянный источник пополнения социального капитала молодежи, так как при ответе на вопрос «Как часто вы пишете незнакомому человеку в ВК?» 38,5% ответили, что не чаще чем раз в три месяца. Около половины 44,2% сообщили, что никогда не пишут незнакомому человеку в ВК. Это противоречие позволяет констатировать тот факт, что молодые люди не считают друзей своих друзей «незнакомыми людьми» (Рис. 10.). Можно говорить о том, что наличие общих знакомых является фактором сближения даже для людей, которые никогда не вступали в непосредственный коммуникативный процесс.



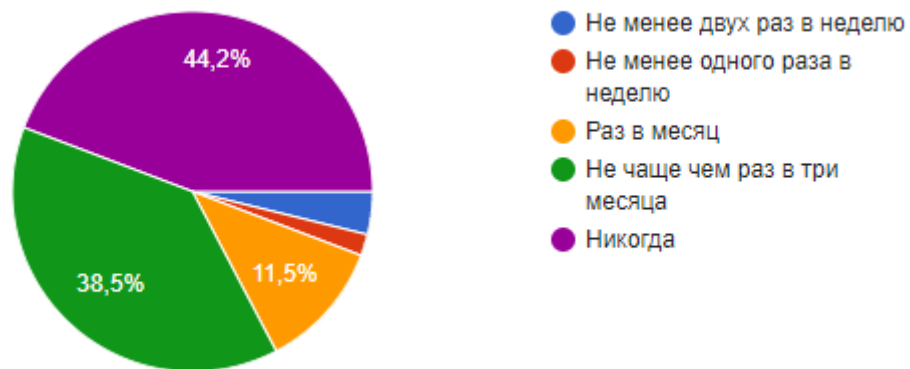


Рис. 11. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как часто Вы пишете незнакомому человеку в «ВК»?»

Этот тезис подтверждается также ответами респондентов на вопрос о том считают ли они, что общение проще всего начать через общего знакомого. Так, 61,5% (Рис. 11.) ответили, что скорее согласны, а 15,4% абсолютно согласны с этим утверждением. Всего около четверти опрошенных дали отрицательный ответ, при этом из них 5,8% затруднились дать однозначный ответ.

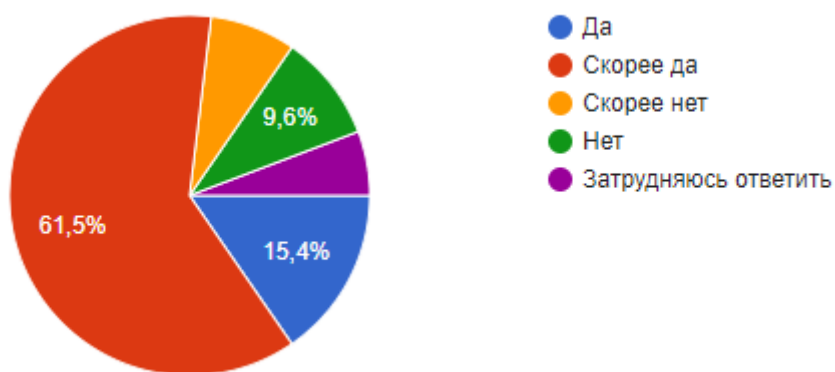


Рис. 12. Распределение ответов респондентов на вопрос «Согласны ли Вы с утверждением, что начать общаться с человеком проще всего через общего знакомого?»

Согласно зарубежным исследованиям в 83% (Рис. 12.) случаев первой ступенью в процессе формирования слабых коммуникативных связей в виртуальном пространстве становится взаимное добавление в друзья. Это объясняется тем, что даже при условии однократного взаимодействия вероятность продолжения общения возрастает в три раза по сравнению с ситуацией, когда добавление в друзья не происходит. На наш взгляд это связано с тем, что подсознательно повышается уровень доверия к человеку из списка друзей, а также не происходит полная утрата контактов, так как люди начинают взаимно отражаться друг у друга не только в списке друзей, но и в новостной ленте, а также в подписках сообществ. Это приводит к сближению людей, при условии наличия общих интересов и знакомств.

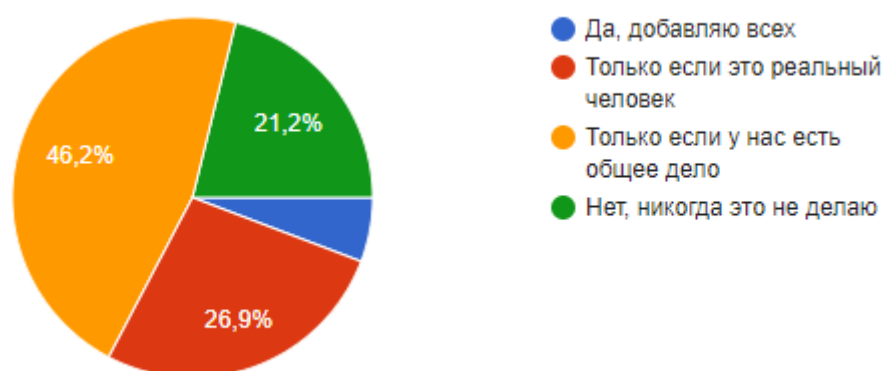


Рис. 13. Распределение ответов респондентов на вопрос «Добавляете ли Вы малознакомых людей в друзья?»

С целью проверки того насколько взаимное добавление в друзья распространено среди студентов ЯрГУ, мы задали респондентам вопрос «Добавляете ли Вы малознакомых людей в друзья?» и выявили, что около половины (46,2%) готовы добавить малознакомого человека только при условии

наличия общего дела. Чуть больше четверти (26,9%) считают возможным добавить малознакомого человека без перспективы совместной деятельности только при условии, что он реален. Вместе с тем нельзя не отметить, то, что около четверти респондентов 21,2% никогда не добавляют малознакомых людей в друзья (Рис. 13.). Это говорит о том, что состав их друзей в ВК менее разнообразен и представлен более сильными связями, подкрепленными реальным общением.

Можно говорить о том, что среди студентов не принято удалять из друзей тех людей, с которыми прекращается общение (Рис. 14.). Это демонстрирует сохранительную стратегию слабых социальных связей в виртуальном пространстве, присущую опрошенным. Так, 42,3% никогда не удаляют людей и списка друзей, 40,4% удаляют, но не часто. От всех опрошенных всего лишь 3,8% делают это регулярно.



Рис. 14. Распределение ответов респондентов на вопрос «Удаляете ли Вы из друзей тех людей, с которыми Вы перестали общаться?»

Анализируя качественный состав социального капитала респондентов, мы выявили, что около половины респондентов

(42,3%) не обладают связями с людьми, обладающими властью или занимающими высокое положение в обществе, однако каждый третий человек сообщил нам, что в его окружении присутствует как минимум один такой человек (Рис. 15.).

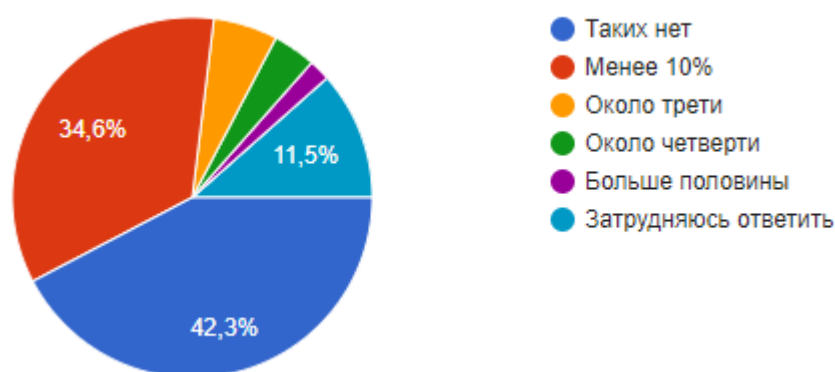


Рис. 15. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как много людей из Вашего окружения обладают властью или занимают высокое положение в обществе?»

В теории коммуникативных взаимодействий большая роль отводится косвенным знакомствам, то есть знакомства знакомых (теория шести рукопожатий), но результаты нашего исследования показали, что каждый четвертый затруднился ответить на вопрос, существуют ли и как много полезных связей у их друзей (Рис. 16.). Это говорит о необходимости проведения просветительской работы среди молодежи с целью повышения осознанности ценности социального капитала, как своего, так и их окружения, так как знакомства, не смотря на значительное развитие общества, все еще оказывают решающую роль в его устройстве.

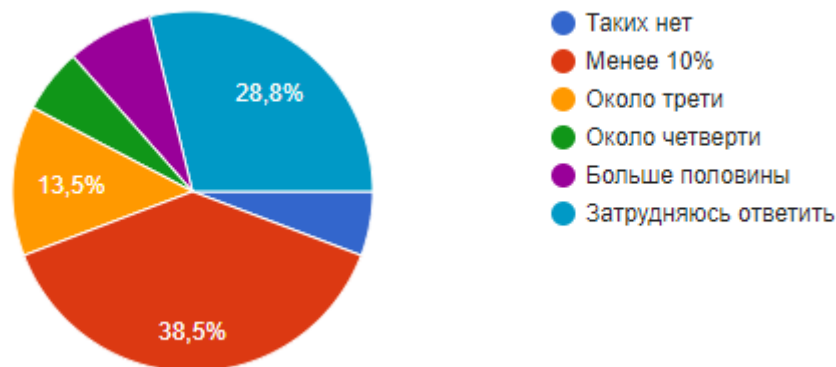


Рис. 16. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как много людей из Вашего круга имеют полезные связи, важные знакомства?»

На следующем этапе исследования, на примере социальных графов двух респондентов с наиболее обширным социальным капиталом среди 36 отобранных в ходе вторичной механической выборки респондентов, мы продемонстрировали, как происходит анализ социального графа и выявление «связей-мостов» и «связей-уз».

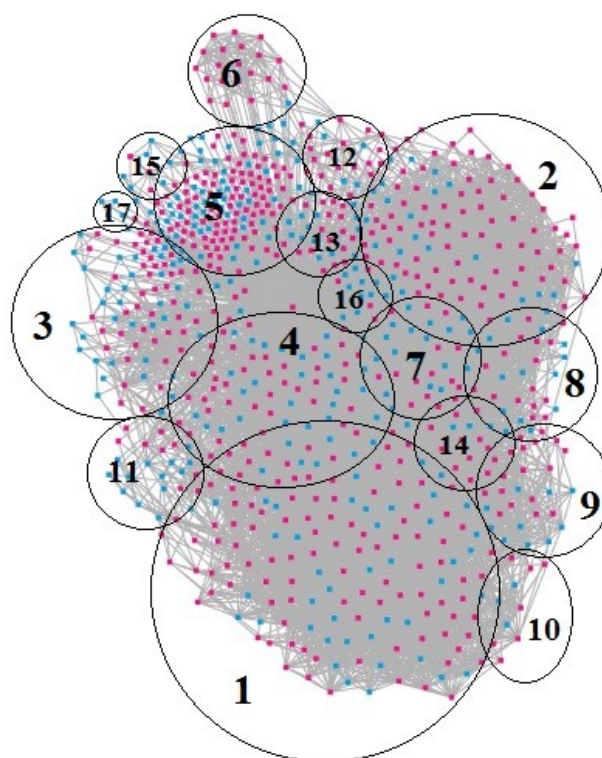


Рис. 17. Граф социальных связей респондента №1 в социальной сети «ВКонтакте»

Респондент №1.

- 1) Пол: женский
- 2) Уровень образования: бакалавриат
- 3) Возраст: 21 год

Описание социального графа:

На рис. 17 представлены все социальные связи респондента №1. Социальные связи разбиты по блокам и областям выделенными кружками и обозначены соответствующей цифрой. Среди блоков выделяются следующие, по соответствию с номером:

- 1) Область №1 - Университетские друзья и знакомые;
- 2) Область №2 - Контакты, связанные с трудовой деятельностью респондента;

- 3) Область №3 - Школьные друзья и знакомые;
- 4) Область №4 - Контакты, полученные в ходе участия в деятельности волонтерских клубов;
- 5) Область №5 - Связи, полученные в ходе путешествий;
- 6) Область №6 - Хобби;
- 7) Область №7 - Рекламные странички и аккаунты организаций в ВК;
- 8) Область №8 - Контакты, полученные в ходе участия в деятельности НКО;
- 9) Область №9 - Участие в крупных социальных проектах и городских мероприятиях;
- 10) Область №10 - Контакты, связанные с межвузовским взаимодействием;
- 11) Область №11 - Участие в выездных университетских мероприятиях (обучения, конференции и т.д.) длиннее одного дня;
- 12) Область №12 - Международные контакты;
- 13) Область №13 - Заблокированные и недействующие страницы пользователей;
- 14) Область №14 - Профессорско-преподавательский состав ЯрГУ и центр «Исток»;
- 15) Область №15 - Друзья и знакомые семьи;
- 16) Область №16 - Связи, полученные в ходе посещения спортивной секции;
- 17) Область №17 - Соседи.

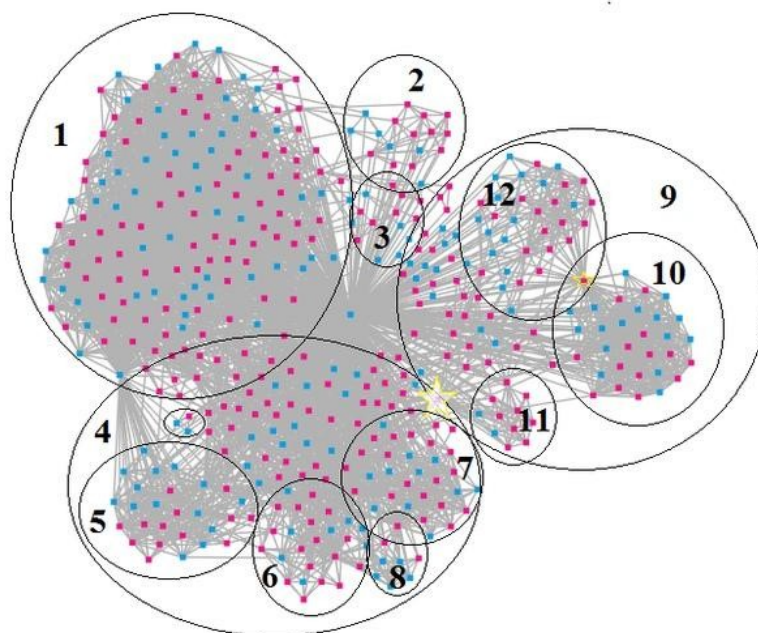


Рис. 18. Граф социальных связей респондента №2 в социальной сети «ВКонтакте»

Респондент №2

- 1) Пол: мужской
- 2) Уровень образования: неоконченное высшее
- 3) Возраст: 21 год

Описание социального графа:

На рис. 18 представлены все социальные связи респондента №2. Социальные связи разбиты по блокам и областям выделенными кружками и обозначены соответствующей цифрой. Среди блоков выделяются следующие, по соответствию с номером:

- 1) Область №1 - Университетские друзья и знакомые;
- 2) Область №2 - Школьные друзья и знакомые;
- 3) Область №3 - Контакты и связи, полученные в ходе занятости в НКО;
- 4) Область №4 - Весь массив связей, полученный в ходе участия в проекте «Артек-Ярославии»;



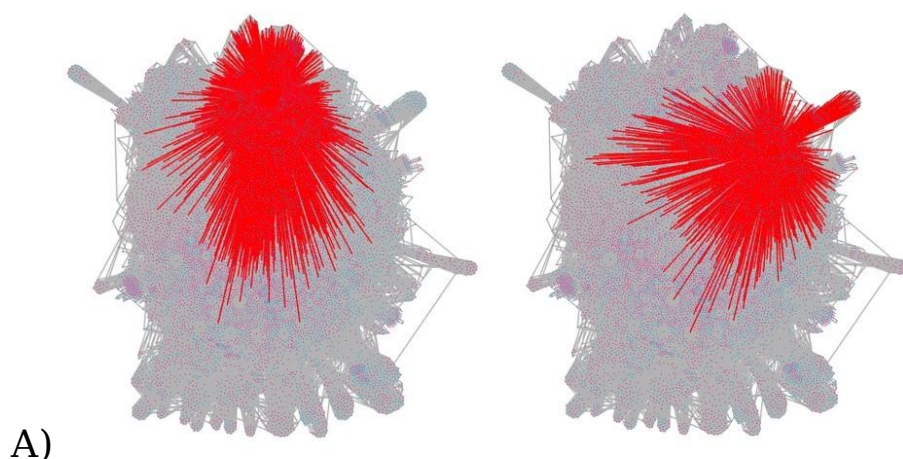
5) Области №5,6,7 и 8 – Контакты, полученные в ходе отдельных смен в проекте «Артек-Ярославии»

6) Область №9 – Весь массив связей и контактов, полученных в ходе трудовой деятельности в МДЦ «Артек»;

7) Области №10, 11 и 11- Контакты, полученные в ходе отдельных смен в процессе трудовой деятельности в МДЦ «Артек»;

8) Отдельные контакты, помеченные звездочкой, являются связующим звеном между отдельными областями.

Далее мы переходим к анализу общего социального графа всех отобранных участников в ходе вторичной механической выборки. На рисунке 19 в первой строчке – социально-активные представители студенчества, инфлюенсеры мнений, обладающие широкой социальной связью и обширным объемом взаимодействий. Во второй строчке представлены респонденты с крайне низким объемом социального капитала, который отражается в виртуальной среде. В третьей строчке приведены примеры респондентов со средним уровнем социальных связей.



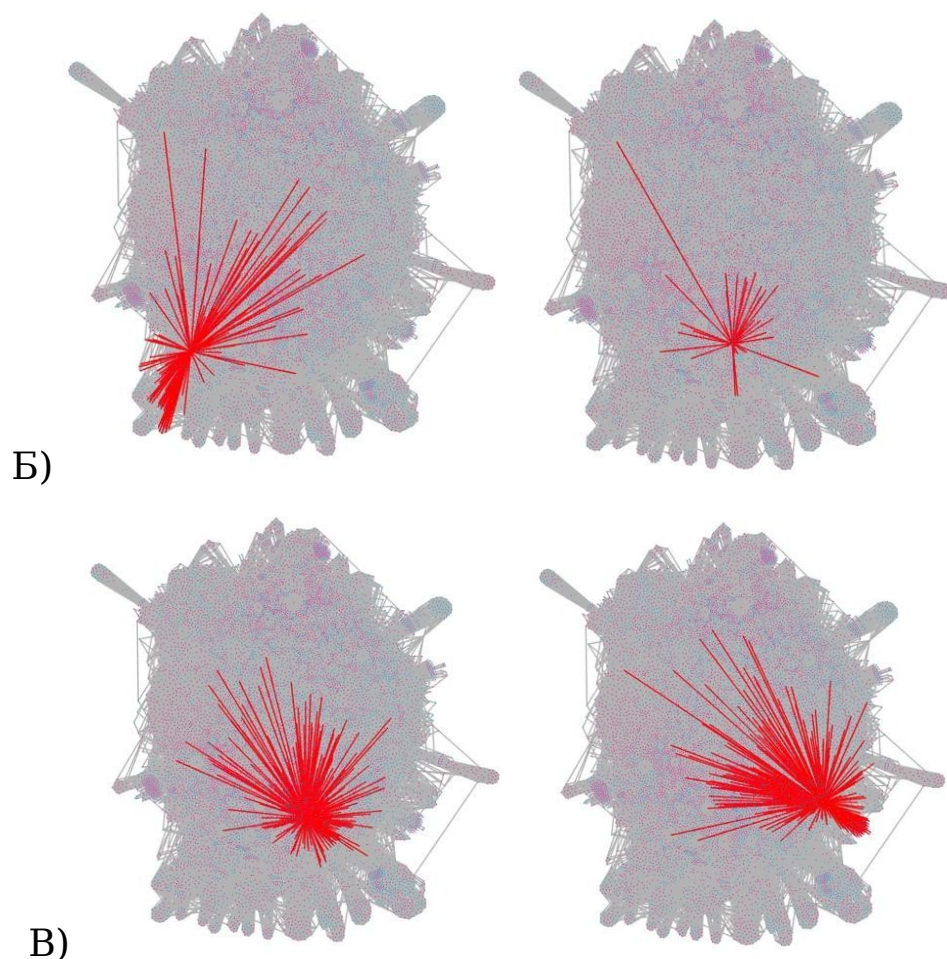


Рис. 19. Сравнительный анализ графов участников исследования с разным уровнем социальных связей. А) Социально-активные Б) Неактивные В) Среднестатистические.

На графиках видно, что в центре обобщенного социального графа расположены связи, сформированные в процессе обучения в вузе. Видно, что они преобладают у всех респондентов. Это говорит о том, что университет выступает мощным источником становления социального капитала.

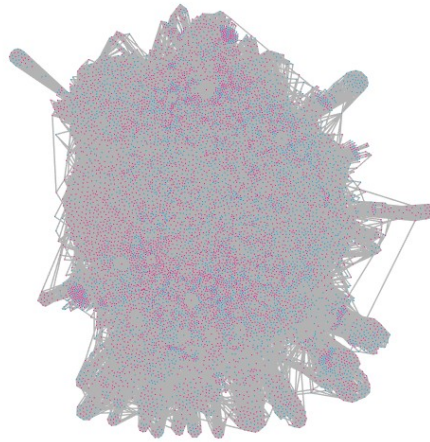


Рис. 20. Общий социальный граф, отображенных по вторичной механической выборке респондентов исследования.

Различные выступления преимущественно связаны с социальными связями, сформированными студентами по месту жительства (Рис. 20.). Так, чем меньше взаимодействие между территориальными единицами, тем дальше находится выступ от центра социального графа. Немногочисленные далеко расположенные социальные связи-мосты представляют специфические хобби и увлечения студентов.

Проанализировав результаты, полученные в ходе социологического исследования, необходимо сопоставить их, с выдвинутыми нами ранее гипотезами:

**Гипотеза №1** - Респонденты в возрасте 18 до 20 лет чаще инициирует коммуникативные взаимодействия с незнакомыми людьми, чем молодые люди старшего возраста.

Для проверки гипотезы №1 нами задавались вопросы, о том знакомились ли они когда-либо в социальных сетях и о частоте написания незнакомым людям, и в соответствии с

ним проводился анализ по возрастному критерию. Так мы выяснили, что респонденты младшей возрастной группы молодежи в возрасте от 18 до 20 лет склонны к общению с незнакомыми людьми, так как многие исследователи социальных связей отмечают то, что с возрастом количество контактов, которые может поддерживать человек, сокращается. Это связано в первую очередь с тем, что с возрастом наши социальные связи проходят испытание временем и таким образом, часть из них отпадает, другие же приобретают устойчивый характер. Однако в условиях социальных сетей, а также небольшой возрастной разницы наблюдается общая склонность к общению с незнакомыми людьми. Таким образом, мы утверждаем, что абсолютно вся молодежь склонна к общению с совершенно незнакомым человеком. Следовательно, гипотеза №1 подтвердилась частично.

**Гипотеза №2** - Образование и трудовая занятость увеличивают объем индивидуального социального капитала.

Выборочный анализ индивидуальных ответов респондентов в социологическом исследовании в связи с трудовым и образовательным критерием говорит нам о том, что объемы индивидуального социального капитала респондентов, которые одновременно работают и учатся гораздо выше по сравнению с теми, кто только работает или только учится. Это связано с тем, что индивид становится связующим звеном между двумя социальными сетями, профессиональной и образовательной, а его социальные связи с той или иной стороны сети приобретают характер «связей-мостов». Так, как участник одной из социальных

сетей он связан с ними «связями-узами», как непосредственный участник сети, однако для других этот индивид является связующим мостом с другим социальным образованием, чьи ресурсы можно использовать. Таким образом, социальный капитал такого участника гораздо выше, соответственно его полезность увеличивается, как и его социально-экономический потенциал в обществе. Таким образом, гипотеза №2 была нами полностью подтверждена.

**Гипотеза №3** - Высокая активность и конгруэнтность внутри сетевого сообщества увеличивает количество новых социальных связей, которые чаще всего представляют собой связи-мосты.

Расширению индивидуального социального капитала способствует также высокая активность и конгруэнтность внутри комьюнити. Это связано в первую очередь с тем, что комьюнити представлено как относительно закрытая социальная сеть агентов. Высокая заинтересованность, взаимовыручка и активность повышают симпатию участников данного сообщества к индивиду, вследствие чего растет доверие и при необходимости шанс получить помощь гораздо выше. «Связи-мосты» как характерная особенность таких социальных связей обусловлена тем, что они находятся за пределами социального окружения и выражаются как хобби и интересы. Таким образом, гипотеза №3 полностью подтверждена.

**Гипотеза №4** - Больше половины коммуникативных связей в структуре виртуального социального капитала можно охарактеризовать, как «слабые связи».

В связи с когнитивными способностями нашего мозга и

теорией Данбара, рассмотренной в первой главе мы приходим к выводу, что человек в реальной жизни не может поддерживать множество контактов. По результатам нашего исследования и анализа соответствующей литературы мы пришли к выводу, что большая часть контактов представлена слабыми связями в социальных сетях, то есть знакомыми нам людьми, не составляющими наше окружение. Это связано с нелинейностью и документированием общения, так как в пространстве социальных сетей мы одновременно можем коммуницировать с множеством людей, не потеряв при этом смысловой связи в любом другом диалоге. Таким образом, гипотеза №4 была подтверждена.

**Гипотеза №5** - Личное знакомство в оффлайн среде и территориальная близость являются определяющими факторами в формировании сильных связей в социальных сетях.

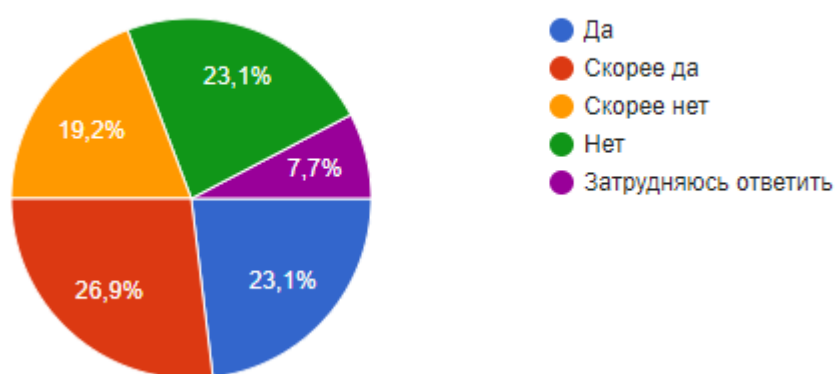


Рис. 21. Распределение ответов респондентов на вопрос «Согласны ли Вы с утверждением, что большинство моих близких друзей я знаю лично, так как они проживают рядом со мной?»

Для проверки этой гипотезы задавался вопрос «Согласны ли Вы с утверждением, что большинство моих близких друзей я знаю лично, так как они проживают рядом со мной?». Так половина респондентов считают, что это утверждение верно, из них 23,1% полностью согласны и 26,9% считают его скорее верным. Чуть меньше половины не согласны с данным высказыванием, из них 23,1% полностью не согласны и 19,2% скорее не согласны (Рис. 21.). Это говорит нам о том, что сильные связи каждого второго пользователя социальных сетей были сформированы в связи с близким проживанием друг к другу. Однако, это утверждение обратно противоположно ко второй половине, так как их сильные связи были сформированы иначе. Поэтому мы можем утверждать, что гипотеза №5 была частично подтверждена.

**Гипотеза №6** - Сильные социальные связи, поддерживаемые регулярным взаимодействием в оффлайн-среде, более чем в 60% случаев не отражаются в структуре виртуального социального капитала.

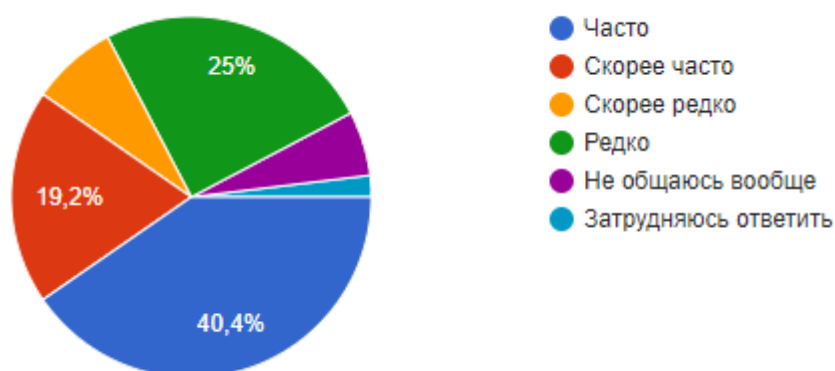


Рис. 22. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как часто вы общаетесь в ВК с самыми близкими членами своей семьи, близкими друзьями и другими людьми, с

которыми вы поддерживаете практически ежедневные  
оффлайн-контакты?»

Для проверки этой гипотезы задавался вопрос «Как часто вы общаетесь в ВК с самыми близкими членами своей семьи, близкими друзьями и другими людьми, с которыми вы поддерживаете практически ежедневные оффлайн-контакты?». Так больше половины респондентов отвечают, что поддерживают общение со своим ближайшим окружением в социальных сетях, из них 40,4% общаются часто и 19,2% общаются скорее часто. Однако, часть респондентов, отвечая на этот вопрос, утверждают, что общаются скорее редко 7,7%, редко 25%, а также не общаются вообще 5,8% (Рис. 22.). Это говорит нам о том, что сильные связи отражаются в структуре социальных связей пользователей социальных сетей, так как больше половины поддерживают с ближайшим окружением контакты. Следовательно, гипотеза №6 была нами не подтверждена.

Подводя итог нашего исследования, мы можем сделать следующие выводы: образование и трудовая занятость увеличивают объем индивидуального социального капитала, высокая активность и конгруэнтность внутри сетевого сообщества увеличивает количество новых социальных связей, которые чаще всего представляют собой связи-мосты, больше половины коммуникативных связей в структуре виртуального социального капитала можно охарактеризовать, как «слабые связи» и личное знакомство в оффлайн среде и территориальная близость являются частично определяющими факторами в формировании сильных связей



в социальных сетях.

### **Рекомендации**

Не смотря на большое количество респондентов, которые удовлетворены своими социальными связями, молодежь продемонстрировала высокую потребность и заинтересованность в формировании новых социальных связей. Это утверждение основано на том, что большинство респондентов чувствуют то, что им не хватает общения, в связи с кажущимся им одиночеством и отсутствием собеседников. Вследствие этого следует проводить активную работу по просвещению молодежи в области коммуникативного взаимодействия, преодолении социальных страхов, теоретических основ и базовых определений в коммуникативной сфере, вводить систему дополнительного образования, выраженного в кружках по интересам, способствовать становлению, продвижению и укреплению способов коммуникативного взаимодействия.

Необходимо способствовать расширению системы досуговых организаций, а также повышать информированность молодежи о таких организациях. Делать их доступными широким массам молодежи. Важно вовлекать молодежь в новую для нее социально-полезную деятельность, обеспечивая тем самым формирование устойчивых социальных связей, основанных на общих интересах.

По итогам исследования было выявлено, что лучшим каналом формирования социального капитала современной молодежи является высокая активность и конгруэнтность в сетевых сообществах социальных сетей, основанных на общих интересах. Однако необходимо вводить курсы по

информированию молодежи о способах формирования социальных связей, в связи с тем, что многие не осведомлены о возможностях формирования новых социальных связей. Это негативно сказывается на объеме и качестве социального капитала данных респондентов и обуславливает актуальность разработки схемы продуктов, позволяющих молодым людям налаживать коммуникацию.

Существует высокая необходимость проведения просветительской работы среди молодежи с целью повышения осознанности ценности социального капитала, как своего, так и их окружения, так как знакомства, не смотря на значительное развитие общества, все еще оказывают решающую роль в его устройстве.

Необходимо не только повышать осознанность молодежи о ценности социального капитала, но и представителей университета, так как он выступает мощным источником становления социального капитала. Заинтересованность университета в успешности своих студентов отразится на системе самого вуза, так как студент будет чувствовать себя увереннее с поддержкой вуза и это обеспечивает потенциально возможные каналы пополнения ресурсов самого университета.

Одним из важных направлений дальнейшей разработки проблемы является изучение механизмов и способов формирования социального капитала молодежи. К тому же теоретические и практические результаты нашего исследования демонстрируют недостаточную разработанность социального капитала. Разработанная нами методика исследования может быть рекомендована как

отдельно заинтересованному индивиду, так и организации для анализа своего социального капитала.

Перспективы изучения социального капитала, процесса его становления и преумножения заключается в том, что посредством организации и всевозможных коммуникативных связей происходит интеграция молодежи в социальную структуру. Влияние на процесс взаимоотношений между людьми, разработка методик выстраивания межличностных и межгрупповых отношений посредством социальных сетей позволит нивелировать негативные факторы, влияющие на общение и при этом развить структуру социальных связей. Так, посредством управления социальным капиталом можно повлиять на социализацию молодежи, ее нормоценностную базу, эффективно минимизировать сложности, возникающие в межпоколенческом диалоге. Формирование широкой социальной базе положительно скажется на психологическом состоянии молодого человека, его уверенности в себе и своих силах, укрепит его уверенность в завтрашнем дне. Кроме того социальный капитал это действенный инструмент применения своих социальных ресурсов для укрепления социально-экономических, личностных и так далее позиций, а также ресурс развития и поддержки личности.

## **Заключение**

В данной работе была предпринята попытка произвести анализ роли социальных сетей в формировании социального капитала молодежи. Главной целью являлось детальное изучение роли социальных сетей в формировании социального капитала молодежи. Для этого в первую очередь были рассмотрены теоретико-методологические основы изучения социального капитала. Рассмотрена эволюция подходов к определению этого понятия и его виды, структура и формы проявления.

В рамках ВКР мы использовали авторское определение социального капитала и понимали под ним совокупность социальных связей человека, которые представляют собой реальные и потенциальные ресурсы, получаемые в результате разнообразных внутриобщественных взаимодействий. Был изучен и описан структурный состав социального капитала, который может проявляться в трех формах:

1. Инкорпорированное состояние, среди которого выделяются такие элементы как ожидания, обязательства, нормативные представления и доверие;

2. Объективированное состояние, структурными элементами которого являются в первую очередь связи разделяемые на «связи-узы», «связи-мосты» и «связи-звенья»;

3. Институциональное состояние представлено такими элементами как нормы, правила, санкции и права.

Проведено классифицирование социального капитала на

структурный, мыслительный и реляционный.

<b>Структурный</b>	<b>Мыслительный</b>	<b>Реляционный</b>
Общественное устройство	Общее понимание	Характер и качество взаимоотношений
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Сетевые связи и конфигурация;</li> <li>● Роли, правила, прецеденты и процедуры.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Общий язык и рассказы;</li> <li>● Общие ценности, взгляды и суждения.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Доверие и надежность;</li> <li>● Нормы и санкции;</li> <li>● Обязательства и ожидания;</li> <li>● Идентичность и идентификация.</li> </ul>

По результатам анализа теоретического материала было выделено пятнадцать функций социального капитала:

Социальный капитал выполняет ряд важнейших функций. Рассмотрим их сущность и содержание.

1. Функция социализации.
2. Функция информационная.
3. Функция институционализации.
4. Функция учета и контроля.
5. Функция экономическая.
6. Функция общественно-политическая.
7. Функция синергетическая.
8. Функция интеллектуализации и инновационного развития экономики.
9. Функция воспроизводства человеческого капитала.
10. Сокращение операционных издержек

11. Включение и укрепление коллективных действий

12. Функция консолидации и группообразования общества (сплочение, объединение общества), прежде всего, рассматривается как формирование и сплочение объединений людей внутри социума.

13. Интегрирующая функция играет важную роль в распространении информации для широкой аудитории, определения общественного мнения, что позволяет согласовывать общесоциальные цели.

14. Функция контроля заключается в том, что человек, обладающий широким социальным капиталом, чаще всего стремится не потерять свои социальные связи, которые возможно могут быть ему полезны в будущем. Он стремится подстроиться под мнение большинства, то есть мимикрирует.

15. Экономический буфер

Рассмотрели понятие социальных сетей и их характеристики как пространства формирования социального капитала и молодежь как основного актива социальных сетей. В рамках работы под социальными сетями мы будем понимать интерактивные многопользовательские веб-сервисы, служащие для построения и организации социальных связей и отношений в виртуальном пространстве.

При этом, с целью оценки роли социальных сетей в формировании социального капитала молодежи, были проанализированы основные формы взаимодействий индивидов в пространстве социальных сетей и на их основе выделены особенности социальных сетей, формирующие социальный капитал:

1. Дигитальность в социальных сетях;
2. Фрактальная структура и целостность сети;
3. Нелинейность;
4. Интерактивность;
5. Гипертекстуальность;
6. Визуальность коммуникации;
7. Видимая бесконечность;
8. Обезличивание коммуникации;
9. Оперативность и динамичность контактов;
10. Горизонтальность связей и как результат отсутствие иерархии;
11. Усиление значения слабых связей;
12. Анонимность и фрагментарность персональной информации;
13. Документация актов коммуникации;
14. Партиципативная культура информационного взаимодействия.

Это позволило выявить сосуществование визуализации и гипертекстовой коммуникации в одном пространстве, основные формы формирования социального капитала, проявляющиеся в высокой активности в социальных сетях и нахождении в сетевых сообществах по интересам так далее.

Удалось в результате эмпирического исследования выявить эффективные способы формирования социального капитала молодежи в условиях социальных сетей, которые являются наиболее часто используемые молодежью и выявлены те, которые обладают большим уровнем эффективности по мнению респондентов.

## Список используемой литературы

1. Аристотель. Политика / Пер. С. А. Жебелева // Аристотель. Сочинения: В 4 т. Т. 4. М.: Мысль, 1983. С. 376-644.
2. Болдина К.А. Развитие жанра «Сторителлинг» в контексте новых медиа // Журналистика как важный фактор международного сотрудничества: Вектор развития. Сборник материалов международной научно-практической конференции кафедры журналистики. 2018. С. 105-112.
3. Браун Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ.: Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2014. 432 с.
4. Бурдье П. Социальный Капитал: Предварительные Замечания. П. Бурдье: социологические тексты, изд. Никос Панайотопулос, 1994. С. 91-95.
5. Бурдье П. Социология социального пространства. М., Спб.: Алетейя, 2005, 288 С.
6. Бурдье П. Формы капитала. Журнал: Экономическая социология Том 3, №5. 2002. С. 60.
7. Веллман Б. Постоянство и преобразование Комьюнити // Доклад Законодательной комиссии Канады. Ассоциация Веллмана, 2001. С. 14.
8. Воронкин А. С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ // Образовательные технологии и общество, №1, том 17, 2014.
9. Гиллен, П. Новые агенты влияния [Текст] / П. Гиллен // USA: Society for New Communications Research. 2009. 80 с.
10. Горошко Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-



коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография. М.: ФЛИНТА, Наука, 2012. С. 9-53.

11. Грановеттер М. Сила слабых связей // Экономическая социология. 2009. Т. 10. № 4. С. 31-47.

12. Гримов О.А. Социокультурные практики личности в социальных сетях: дис. канд. социол. наук. Курск, 2014. 192 с.

13. Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Модели влияния в социальных сетях // Управление большими системами: сборник трудов. 2009. № 27.

14. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М.: Физматлит, 2010. 228 с.

15. Докука С. В., Валеева Д. Р. Статистические модели для анализа динамики социальных сетей в исследованиях образования // Вопросы образования. 2015. № 1.

16. Дроздова А.В. Визуальные способы представления повседневности в новых медиа // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2017.

17. Дроздова А.В. Эмоциональная безопасность онлайн-коммуникации: игра по правилам и без // Субъективное благополучие и эмоциональная безопасность личности, материалы IX Международного симпозиума. 2018. С. 85-88.

18. Ивашковский С.Н. Экономика для менеджеров микро- и макроуровень: учеб. Пособие / С.Н. Ивашковский. 8-е издание, М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС. 2019. 440 с.

19. Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 328 с.

20. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

21. Мельникова, Н.И., Метрики социальных медиа как социальный капитал // Вестник Саратовского государственного технического университета Выпуск № 1 (68) / том 4 / 2012 УДК: 304.444.

22. Меньшиков А.А. Основы интегрированных коммуникаций: учебное пособие / А.А. Меньшиков. Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре гос. техн. ун-т», 2012. 101 с.

23. Меркулов Д.В. Социальный капитал и его роль в развитии экономики. Дисс. 2005.

24. Найденова Л.И. Высшая школа как системообразующий социологический институт: региональный аспект. Дис., д-р. соц. наук. Пенза: ПТУ. 1999. 345-345 с.

25. Парсонс Т. Понятие общества: Компоненты и их взаимоотношения // Теоретическая социология: Антология: в 2 ч. /Сост. и общ. ред. СЛ. Баньковский. Ч. 2. М., 2002. - С. 23-26.

26. Патаракин Е.Д. Социальные сервисы Веб 2.0 в помощь учителю: уч. -метод. пос. -2-е изд. - М.: Интуит.ру, 2007. - 64 с.

27. Петровская Е. Безымянные сообщества М.: Фаланстер, 2012. 384 с.

28. Повстин В.А. Социальный капитал как ресурс современного общества [Текст] / В.А. Повстин // Проблема понимания и диалога в контексте гуманитарного знания:

сборник научных статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции (Хабаровск, 22-23 ноября 2011г.). Хабаровск: Изд-во ФГБОУ ВПО ДВГГУ, 2011. С. 179-182.

29. Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Журнал: Экономическая социология, Том 3, №4. 2002. С. 20.

30. Реутов Е.В. Социальные сети в региональном сообществе: монография / Реутов Е.В., Колпина Л.В., Реутова М.Н., Бояринова И.В.; отв. ред. Е.В. Реутов. Белгород: Константа, 2011. С. 80-88.

31. Сазанов В. М. Социальные сети и технологии. М.: Наука, 2010. 222 с.

32. Субботин М.М. Гипертекст: Новая форма письменной коммуникации // Итоги науки и техники. 1994. Т.18.

33. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 1999.

34. Фирсов М. В. История социальной работы. М.: Академический проект: Трикста, 2009. 606 с.

35. Фуко М. Интеллектуалы и власть. Избранные политические статьи, выступления и интервью. Часть 3 / Пер. Б.М. Скуратова. М.: Праксис, 2006. С. 191.

36. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М.: АСТ: Ермак, 2004 730 С.

37. Хайкин М.М., Крутик А.Б. Социальный капитал и социальные сети // Вестник южно-уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2014. С. 85-92.

38. Хайкин М.М. Управление сферой услуг в развитии

человеческого капитала // СПб.: Издательство СПбГУЕФ, 2010.

39. Чумиков А. Н. Медиарилейшнз: учеб. пособие для студ. вузов. М.: Аспект Пресс, 2014. 184 с.

40. Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации // Учебное пособие 2016. С. 300.

41. Шарков Ф.И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации // Социологические исследования 2001. С. 52-61.

42. Эндрюс, Рис. "Организационный социальный капитал, структура и результативность" Человеческие Отношения 63 (5). 2010. С. 583-608.

43. Boutyline A., R. Willer. Социальная структура политических эхо-камер: вариация идеологической гомофилии в сетевых сетях. Политическая психология. 38, нет. 3, с. 551-569, 2017.

44. Burt R.S. A Note on Social Capital and Network Content // Social Networks, 19 (1997). P. 355-373.

45. Burt R. Structural Holes: The Social Structure of Competition. Cambridge, Harvard University Press, 1992. P. 8, 45.

46. Burt R.S. The Network Structure of Social Capital // Research in Organizational Behavior / Ed. by R.I. Sutton & B.M. Staw. Vol. 22. Greenwich, CT: JAI Press, 2000.

47. Coleman J. Foundation of Social Theory. Cambridge, Massachusetts, L.: Harvard University Press. 1990. 993 P.

48. Coleman, James S. 1988. Социальный капитал в создании человеческого капитала. Американский журнал социологии 94: S95-S120.

49. Dasgupta P. Economic Progress and the Idea of Social Capital // Social Capital: A Multifaceted Perspective /Ed. by P. Dasgupta and I. Serageldin. World Bank, Washington DC, 2000. P. 325-424.

50. Dunbar R. Grooming, Gossip and the Evolution of Language'. Harvard University Press. 1997. 290 p.

51. Evans P. Government Action, Social Capital and Development: Reviewing the Evidence on Synergy //World Development, vol. 24(6), 1996. P. 1119-1132.

52. Fox J., Gershman J. The World Bank and Social Capital: Lessons from Ten Rural Development Projects in the Philippines and Mexico // Policy Sciences 33 (2000).

53. Flap H.D., De Graaf N.D. Social Capital and Attained Occupational Status // The Netherlands Journal of Sociology, vol. 22 (1986). P. 146.

54. Fukuyama F. Social Capital and Civil Society. The Institute of Public Policy, George Mason University, October 1, 1999.

55. Fukuyama F. Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity. London: Hamish Hamilton, 1995.

56. Kaplan A., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media // Business Horizons. 2010. № 53 (1). - P. 59-68.

57. Kenworthy L. Civic Engagement, Social Capital, and Economic Cooperation // American Behavioral Scientist, 40 (5), 1997. P. 647.

58. Knack S., Keefer Ph. Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation // Quarterly Journal of Economics, vol. 112, 1997. P. 1251-88.

59. Lin N. Building a Network Theory of Social Capital // Connections, vol. 22 (1), 1999. P.
60. Molm L. D., Cook K. S. Social Exchange and Exchange Networks // Sociological Perspectives on Social Psychology / (eds) K. S. Cook, G. A. Fine, J. S. House. Boston: Allyn and Bacon, 1995.
61. Nahapiet J., Ghoshal S. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. Academy of Management Review. 1998, vol. 23, pp. 242-266.
62. Portes A. Два значения социального капитала. Социологический Форум. 2000. 15: 1-12.
63. Portes A. Social capital: Its origins and applications in modern sociology // Annual review of sociology. 1998. Vol. 24. P. 1-24.
64. Putnam R. D. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon & Schuster, 2000. С. 544
65. Putnam R.D. Democracies in Flux. The Evolution of Social Capital in Contemporary Society. N. Y., Oxford: Oxford University Press. 2005. -516 P.
66. Putnam R.D. Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1993.
67. Putnam R. The Prosperous Community Social Capital and Public Life //The American Prospect vol. 4 №. 13, March 21, 1993.
68. Safko L., Brake D. K. The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. Wiley, 2009. 534 p.
69. Skocpol T. Unraveling from Above // The American

Prospect, 25, 1996. P. 20–25.

70. Woolcock M. Social Capital: the State of Notion. In: Social Capital: Global and Local Perspectives. Helsinki: Government Institute of Economic Research. 2000. P. 15-41.

71. Woolcock M., Narayan D. Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy //The World Bank Research Observer, vol. 15, № 2 (August 2000).

### **Список используемых источников**

1. Амзин, А., Adindex.ru // [Электронный ресурс] / Научный доклад. MediaMakers Trend Report 2016-2020. Режим доступа:

<http://mediamakers.ru/upload/specials/mediamakers/MediaMakersTrendsReport.pdf> (Дата обращения: 15.05.2020).

2. Антонов Г.К. Новые технологии территориального развития России в условиях сетевых коммуникаций (политологический анализ) // [Электронный ресурс] / Диссертация. Режим доступа:

[https://disser.spbu.ru/files/phd\\_spsu/antonov\\_g\\_k\\_disser.pdf](https://disser.spbu.ru/files/phd_spsu/antonov_g_k_disser.pdf)

(Дата обращения: 15.05.2020).

3. Виды социальных сетей: классификация и представители // [Электронный ресурс] / Dark site of marketing. URL: <http://darksiteofmarketing.com/stati/vidy-socialnyh-setei-klassifikacija-i-predstavitel.html> (дата обращения: 05.05.2020).

4. Жилавская И.В. Информальные медиа // [Электронный ресурс] / Научно-культурологический журнал. Коммуникация. 2008. Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=2257> (Дата обращения:

14.05.2020).

5. Жилавская И.В. К вопросу о концепции теории всеобщих медиа // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://mic.org.ru/phocadownload/24-zhikavskaya.pdf> (Дата обращения: 14.05.2020).

6. Иванов А. Д., Чат-боты в Telegram и ВКонтакте как новый канал распространения новостей // [Электронный ресурс] / Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2016. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/chat-bot-v-telegram-i-vkontakte-kak-novyy-kanal-rasprostraneniya-novostey>

7. Какая массовость нужна людям: Слои Данбара // [Электронный ресурс] / ММОЗГОВЕД. 2019. Режим доступа: <https://mmozg.net/theory/2019/07/23/kakaya-massovost-nuzhna-lyudyam-sloi-danbara.html> (Дата обращения: 13.05.2020).

8. Ковалева А.И. Социализация // [Электронный ресурс] / Знание. Понимание. Умение. 2004. №1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsializatsiya> (дата обращения: 12.05.2020).

9. Макеева Т.В. Интерпретация концепции "социальный капитал" в современной литературе // [Электронный ресурс] / International scientific review. 2016. №18. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/interpretatsiya-kontseptsii-sotsialnyu-kapital-v-sovremennoy-literature> (дата обращения: 12.05.2020).

10. Мельникова Н.И. Метрики социальных медиа как социальный капитал // [Электронный ресурс] / CYBERLENINKA. 2012. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>



article/n/metriki-sotsialnyh-media-kak-sotsialnyy-kapital (Дата обращения 12.05.2020).

11. Неяскин Г.Н. Влияние социальных медиа на бизнес-коммуникацию // [Электронный ресурс] / Материалы Интернет-конференции «Диалогические коммуникации в бизнесе». Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/text/33378753/> (Дата обращения 12.05.2020).

12. Новое поколение интернет-пользователей: исследование привычек и поведения российской молодежи онлайн // [Электронный ресурс] / Инсайты потребителей. 2017. Режим доступа: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privyчек-i-povedeniia-rossiiskoi-molodezhi-onlain/> (дата обращения: 19.05.2020).

13. Обухова Ю. О., Елисеева Л. И., Танова А. Г., Новые технологии коммуникации в восприятии современного человека // [Электронный ресурс] / Социология. Теория и практика общественного развития. 2017, №3. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/novye-tehnologii-kommunikatsii-v-vozpriyatii-sovremennogo-cheloveka> (Дата обращения 12.05.2020).

14. Огнева, И.Н. Б Библиотека и социальные медиа // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://kpfu.ru/portal/docs/F309211603/Biblioteka.i.socialnye.media.soobschenie.pdf> (Дата обращения:06.05.2020).

15. Оксфордский словарь выбрал «словом 2015 года смайлик // [Электронный ресурс] / СНОБ. 2015. Режим доступа: <https://snob.ru/selected/entry/100823/> (Дата

обращения: 15.05.2020).

16. Паризер Э. За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас? // [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://autor-com.narod.ru/za\\_stennoj\\_filtrov.pdf](http://autor-com.narod.ru/za_stennoj_filtrov.pdf) (Дата обращения: 15.05.2020).

17. Социальные сети: эволюция, структура, анализ // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-evolyutsiya-struktura-analiz> (Дата обращения 06.05.2020).

18. Стеценко А.И. Признаки когнитивного диссонанса в вузе // [Электронный ресурс] / CYBERLENINKA. 2009. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/priznaki-kognitivnogo-dissonansa-v-vuze> (Дата обращения 15.05.2020).

19. Суханова А. Ш., Актуальные предпочтения в интернет-практиках молодёжи (на основе анализа популярных приложений для мобильных платформ) // [Электронный ресурс] / Общество: социология, психология, педагогика. 2017. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-predpochteniya-v-internet-praktikah-molodezhi-na-osnove-analiza-populyarnyh-prilozheniy-dlya-mobilnyh-platform> (Дата обращения 12.05.2020).

20. Шарков Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573153> (дата обращения: 12.05.2020).

21. Шестёркина Л.П., Боркина И.Д., Основные характеристики новых социальных медиа // [Электронный ресурс] / Учёные записки ЗабГУ. Серия: Филология, история,

востоковедение. - 2014. - №2. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-harakteristiki-novyh-sotsialnyh-media> (дата обращения: 05.12.2020)

22. Definition of social media // [Электронный ресурс] / Merriam-Webster. Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media> (Дата обращения: 12.05.2020).

23. O'Reilly Tim What Is Web 2.0 2005. // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (Дата обращения: 06.05.2020).

24. S.T., Chong. (2020). Social Capital and Youth Development. International Journal of Psychosocial Rehabilitation // [Электронный ресурс] / Режим доступа: [https://www.researchgate.net/publication/340125737\\_Social\\_Capital\\_and\\_Youth\\_Development](https://www.researchgate.net/publication/340125737_Social_Capital_and_Youth_Development) (Дата обращения 12.05.2020).

25. Yuan Y., Alabdulkareem, A. & Pentland, A. Интерпретируемый подход к формированию социальных сетей среди разнородных агентов // [Электронный ресурс] / Nat Commun 9, 4704 (2018). Режим доступа: <https://doi.org/10.1038/s41467-018-07089-x> (Дата обращения 12.05.2020).

**Анкета исследования  
«Коммуникативные связи молодежи в социальных  
сетях (на примере «ВКонтакте»)»**

*Уважаемый респондент!*

*Кафедра социальной политики Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова проводит социологическое исследование с целью изучения коммуникативных взаимодействий молодежи г. Ярославля в пространстве социальных сетей. В ходе анкеты необходимо будет указать ссылку на свою страничку в «ВКонтакте». Это необходимо для того, что бы Вы в дальнейшем смогли стать участником второго этапа исследования. Результаты исследования помогут каждому молодому человеку повысить эффективность своих коммуникативных взаимодействий и позволит использовать потенциал социальных связей для улучшения их социально-экономического благополучия.*

*Заранее благодарим за участие!*

- 1. Укажите, пожалуйста, ссылку на Ваш профиль в «ВКонтакте»? \_\_\_\_\_*
  
- 2. Владеете ли вы иностранными языками?*
  - 1) Да, несколькими*
  - 2) Да, одним*
  - 3) Нет, не владею*
  
- 3. Владеете ли вы языками компьютерного программирования?*
  - 1) Да, несколькими*
  - 2) Да, одним*
  - 3) Нет, не владею*

4. Считаете ли вы, что большинство людей при малейшей возможности будут использовать вас в своих целях?

- 1) Да
- 2) Скорее да
- 3) Скорее нет
- 4) Нет
- 5) Затрудняюсь ответить

5. Выберите из предложенного списка ответов те виды деятельности, которые можно назвать вашими хобби (не более трех вариантов)?

- 1) Проза
- 2) Поэзия
- 3) Живопись / компьютерная графика
- 4) Фотография
- 5) Музыка
- 6) Кинематограф / мультипликация
- 7) Спорт
- 8) Другое

6. Кто на Ваш взгляд заслуживает доверия?

	Вполн е заслуж ивает	Скорее заслуж ивает	Скорее не заслуж ивает	Абсол ютно не заслуж ивает	Затруд няюсь ответи ть
Президент					
Родители					
Военный/армия					
Правительство					
Ведущий новостей/корреспондент					
Батюшка/ священник/ церковь					

Полицейский					
Врач					
Судья					
Учитель/ преподаватель					
Банкир					
Частный предприниматель/ малый и средний бизнес					
ФСБ/другие спецслужбы					
Крупный бизнес/миллиарде р					
Политические партии					
Некоммерческие организации/благотворительные фонды					
Профсоюзы					
Блогеры					
Ученый/доктор наук					

*7. Вы можете обратиться к своему окружению, чтобы...*

	Да	Скорее да	Скорее нет	Нет	Затрудняюсь ответить
--	----	-----------	------------	-----	----------------------

Найти работу (в том числе и временную)					
Взять в долг менее 10 т.р.					
Взять в долг больше 10 т.р.					
Продвинуться по карьерной лестнице					
Получить доступ к закрытой информации					
Найти хорошего врача					
Временно пожить у человека					
Попросить совет в сложной жизненной ситуации					
Решить бытовые вопросы (полить цветы, принести лекарство, присмотреть за квартирой)					

8. Верите ли Вы в искреннюю дружбу?

- 1) Да, конечно
- 2) Дружба возможна только между представителями одного пола
- 3) Нет, я не верю в искреннюю дружбу
- 4) Затрудняюсь ответить

9. *В свободное от работы/учебы время чаще всего Вы...  
(отметьте не более 3 вариантов)*

- 1) Встречаюсь с друзьями/ хожу в гости
- 2) Посещаю театры, концерты, кино
- 3) Посещаю кафе, бары, рестораны
- 4) Посещаю спортклубы, секции, тренировки
- 5) Посещаю музеи, выставки, вернисажи
- 6) Посещаю дискотеки, ночные клубы, другие развлекательные мероприятия
- 7) Участвую в работе общественных организаций, собраний, ассоциаций, занимаюсь волонтерской деятельностью
- 8) Посещают политические организации, собрания, митинги
- 9) Занимаются в других различных кружках, клубах по интересам
- 10) Нахожусь дома в кругу семьи или самых близких друзей

10. *Сколько раз за последний месяц вы собирались вместе со своими друзьями/знакомыми (более трех человек)?*

- 1) Ни разу
- 2) 1-2 раза
- 3) 3-4 раза
- 4) 5 и более раз

11. *Как вы думаете, сколько людей, которых Вы не знаете, знают Вас?*

- 1) Таких нет
- 2) Не более 10
- 3) Примерно 30
- 4) Примерно 60
- 5) Более 100
- 6) Более 1000
- 7) Другое

12. *Насколько Вы согласны с утверждением, что большинству людей можно доверять?*

- 1) Полностью согласен
- 2) Скорее согласен
- 3) Скорее не согласен



- 4) Совершенно не согласен
- 5) Затрудняюсь ответить

13. *Скольким людям из своего окружения Вы полностью доверяете? \_\_\_\_\_*

14. *Бывало ли такое, что бы Вы поддерживали общение с человеком из расчета на то, что он сможет быть Вам полезен в будущем?*

- 1) Да
- 2) Скорее да
- 3) Скорее нет
- 4) Нет
- 5) Затрудняюсь ответить

15. *Ваша работа предполагает:*

- 1) Не работаю
- 2) Постоянное общение с другими, в том числе и с незнакомыми людьми
- 3) Много общения, но со знакомыми людьми
- 4) Общение время от времени, в основном, с коллегами по работе
- 5) Мало общения
- 6) Полное уединение, работаю в одиночестве
- 7) Затрудняюсь ответить

16. *Как Вы считаете, отношения с другими людьми:*

- 1) Играют решающую роль в жизни человека, необходимы для успеха
- 2) Часто помогают добиться успеха
- 3) Иногда важны
- 4) Редко играют решающую роль в достижении успеха
- 5) Никак не влияют на успех
- 6) Затрудняюсь ответить

17. *Насколько Вы довольны своими отношениями с другими людьми?*

- 1) Полностью доволен
- 2) Скорее доволен
- 3) Скорее недоволен

- 4) Недоволен
- 5) Затрудняюсь ответить

18. *Вы относите себя к людям, которые:*

- 1) Постоянно ищут новые знакомства, стремясь расширить круг контактов и связей
- 2) Заводят новые знакомства при случае и избирательно
- 3) Крайне редко завязывают новые знакомства
- 4) Затрудняюсь ответить

19. *Бывало ли так, что Вы заранее продумывали, где и как познакомиться с нужным Вам человеком?*

- 1) Почти всегда
- 2) Часто
- 3) Редко
- 4) Никогда
- 5) Затрудняюсь ответить

20. *Как часто при общении с новыми для Вас людьми Вы берете инициативу в свои руки, управляете взаимоотношениями, чувствуя, что от Вас зависит многое?*

- 1) Почти всегда
- 2) Часто
- 3) Редко
- 4) Никогда
- 5) Затрудняюсь ответить

21. *Как часто Вы обращаетесь к другим людям за какой-либо помощью, информацией?*

- 1) Почти всегда
- 2) Часто
- 3) Редко
- 4) Никогда
- 5) Затрудняюсь ответить

22. *Вы относите себя к людям, которые:*

- 1) Предпочитают отказываться от помощи, чтобы не быть никому должным

- 2) Принимают помощь и стараются сразу же отблагодарить человека, не откладывая это «на потом»
- 3) Принимают помощь, будучи готовы ответить тем же в случае необходимости, помнят о «хорошем»
- 4) Принимают помощь, не чувствуя себя обязанным, ведь помощь Вам — добровольный жест со стороны другого человека
- 5) Затрудняюсь ответить

23. *При знакомстве с новым человеком, Вы:*

- 1) Всегда сначала доверяете человеку, считаете, что людям можно и нужно доверять
- 2) Доверяете людям избирательно и не сразу, Ваше доверие необходимо заслужить
- 3) Считаете, что доверять никому не стоит
- 4) Затрудняюсь ответить

24. *Случалось ли, что, обратившись к своему окружению за помощью, Вы ее не получали?*

- 1) Почти всегда
- 2) Часто
- 3) Редко
- 4) Никогда
- 5) Затрудняюсь ответить

25. *Вспомните (за последние пять лет) случалось ли, что кто-то из Вашего окружения подводил Вас?*

- 1) Почти всегда
- 2) Часто
- 3) Редко
- 4) Никогда
- 5) Затрудняюсь ответить

26. *Вы считаете, что стоит окружать себя*

- 1) Похожими на Вас людьми, людьми одного с Вами круга
- 2) Людьми скорее похожими, близкими по интересам и представлениям
- 3) И похожими и непохожими людьми, это не имеет значения

- 4) Скорее разными людьми, из разных профессиональных и социальных слоев
- 5) Очень разными, из разных сфер, не похожими друг на друга людьми
- 6) Затрудняюсь ответить

27. *Как много людей из Вашего круга имеют полезные связи, важные знакомства?*

- 1) Таких нет
- 2) Менее 10%
- 3) Около трети
- 4) Около четверти
- 5) Больше половины
- 6) Затрудняюсь ответить

28. *Как много людей из Вашего окружения обладают властью или занимают высокое положение в обществе?*

- 1) Таких нет
- 2) Менее 10%
- 3) Около трети
- 4) Около четверти
- 5) Больше половины
- 6) Затрудняюсь ответить

29. *Своих друзей Вы встретили, нашли (отметьте все подходящие ответы):*

- 1) В школьные годы
- 2) В институте
- 3) На работе
- 4) На отдыхе
- 5) Благодаря хобби, увлечениям, спорту
- 6) В Интернете
- 7) Через общих знакомых и друзей
- 8) Затрудняюсь ответить
- 9) Другое

30. *Как часто Вы пишете незнакомому человеку в «ВК»?*

- 1) Не менее двух раз в неделю
- 2) Не менее одного раза в две недели

- 3) Раз в месяц
- 4) Не чаще чем раз в три месяца
- 5) Никогда

31. *Добавляете ли Вы малознакомых людей в друзья?*

- 1) Да, добавляю всех
- 2) Только если это реальный человек
- 3) Только если у нас есть общее дело
- 4) Нет, никогда этого не делаю

32. *Удаляете ли Вы из друзей тех людей, с которыми Вы перестали общаться?*

- 1) Да, регулярно
- 2) Удаляю, но не часто
- 3) Удаляю, только если испортились отношения
- 4) Не делаю этого

33. *Согласны ли Вы с утверждением, что начать общаться с человеком проще всего через общего знакомого?*

- 1) Да
- 2) Скорее да
- 3) Скорее нет
- 4) Нет
- 5) Затрудняюсь ответить

34. *Бывает ли такое, что Вы начинаете чувствовать себя одиноко и Вам кажется, что у Вас очень мало людей, с которыми можно бы было пообщаться?*

- 1) Да, постоянно
- 2) Да, часто (не менее двух раз в месяц)
- 3) Бывает, но редко (не более одного раза в пол года)
- 4) Нет, не помню такого
- 5) Затрудняюсь ответить

35. *Считаете ли Вы, что Вам необходимо расширять свои социальные связи?*

- 1) Да
- 2) Скорее да
- 3) Скорее нет

- 4) Нет
- 5) Затрудняюсь ответить

36. *С каким примерно количеством людей из списка ваших «друзей» в ВК Вы знакомы лично?*

- 1) Со всеми
- 2) Почти со всеми (более 75%)
- 3) Около половины
- 4) Около трети
- 5) Около четверти
- 6) Менее 10%

37. *Считаете ли Вы лайки способом коммуникации?*

- 1) Да
- 2) Нет

38. *Насколько часто вы ставите лайки?*

- 1) Часто
- 2) Скорее часто
- 3) Скорее редко
- 4) Редко
- 5) Не ставлю лайки вообще
- 6) Затрудняюсь ответить

39. *Есть ли среди ваших друзей в ВК, люди, с которыми вы незнакомы лично?*

- 1) Да
- 2) Нет
- 3) Затрудняюсь ответить

40. *Знакомились ли вы когда-нибудь с людьми в социальных сетях?*

- 1) Да
- 2) Нет
- 3) Затрудняюсь ответить

41. *Благодаря чему на Ваш взгляд чаще всего происходит виртуальные знакомства?(не более трех вариантов)*

- 1) Участие в анонимном чате
- 2) Членство в одном виртуальном сообществе (группе в ВК)
- 3) Через общих знакомых
- 4) Через игры в ВК
- 5) Прямые трансляции
- 6) Через дискуссию в комментариях
- 7) Через взаимные лайки
- 8) Рекомендации в ВК
- 9) Другое

42. *Согласны ли вы с утверждением, что большинство моих близких друзей я знаю лично, так как они проживают рядом со мной?*

- 1) Да
- 2) Скорее да
- 3) Скорее нет
- 4) Нет
- 5) Затрудняюсь ответить

43. *Как часто вы общаетесь в ВК с самыми близкими членами своей семьи, близкими друзьями и другими людьми, с которыми вы поддерживаете практически ежедневные оффлайн-контакты?*

- 1) Часто
- 2) Скорее часто
- 3) Скорее редко
- 4) Редко
- 5) Не общаюсь вообще
- 6) Затрудняюсь ответить

44. *С каким количеством пользователей «ВКонтакте» вы постоянно общаетесь (не реже чем раз в два дня)? \_\_\_\_\_*

45. *Есть ли в списке ваших друзей в социальных сетях:*

	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
--	----	-----	----------------------

Учитель/преподаватель			
Врач			
Представитель государственной власти			
Бизнесмен/предприниматель			
Медийная личность (не менее 1000 подписчиков)			
Ученый/человек науки			
Журналист/ведущий			
Работник государственных структур/чиновник			
Люди искусства/ художник/ поэт/актер			
Служитель церкви			
Фермер			
Юрист/судья/прокурор/ адвокат			
Работники индустрии красоты/парикмахер/стилист/в изажист			
Иностранцы			

46. *Как много времени Вы тратите на поддержание контакта с другими людьми в социальных сетях?*

- 1) Несколько раз в час
- 2) Несколько раз в день
- 3) Несколько раз в неделю
- 4) Несколько раз в месяц
- 5) Реже
- 6) Никогда
- 7) Затрудняюсь ответить.



47. Ваш пол \_\_\_\_\_

48. Ваш возраст \_\_\_\_\_

49. Укажите уровень Вашего образования

- 1) Неполное среднее
- 2) Среднее
- 3) Среднее специальное
- 4) Неоконченное высшее (не младше 3 курса)
- 5) Высшее (бакалавр)
- 6) Высшее (магистр)

50. Укажите Ваше основное занятие на настоящий момент

- 1) Работаю
- 2) Учусь
- 3) Совмещаю работу и обучение
- 4) Нахожусь в декретном отпуске
- 5) Безработный
- 6) Другое (что именно)

## Приложение 2

### Протокол к анализу персональных страниц в социальной сети «ВКонтакте»

<b>Раздел анализа</b>	<b>Параметр</b>	<b>Встречается</b>	<b>Не встречается</b>
Доступ к профилю	Открытый		
	Закрытый		
Скрытость разделов (закрыт доступ)	Фотоальбомы		
	Музыка		
	Видео		
	Сообщества		
	Друзья		
	Комментарии		
Информация о себе	Публикации других пользователей на стене		
	Развернутая (заполнены все возможные разделы)		
	Средняя (заполнено не менее 50% разделов)		
	Краткая		
	Отсутствует		
Фотографии (в открытом доступе)	Одиночные, селфи		

доступе)	Групповые (до 5 человек)		
	Массовые		
	Неофициальные фото		
	Официальные фото (студийные, промо, с мероприятий)		
	Отсутствие своих фото		
Аватар	Своё фото		
	Картинка		
	Отсутствие		
Имя пользователя	Настоящее		
	Вымышленное		
	Частично вымышленное		
Количество друзей	Менее 100		
	100-150		
	151-200		
	201-300		
	301-400		
	401-500		
	Более 500		
Статус	Присутствует		
	Отсутствует		
Посты на	Информационные		

стене	Цитаты		
	Юмористические		
	Философские		
	Текст		
	Картинки		
	Отсутствуют		
Частота публикаций	Ежедневно		
	Несколько раз в неделю		
	Раз в неделю		
	Несколько раз в месяц		
	Реже раза в месяц		
Среднее количество лайков (за последние 3 публикации)			

В протоколе, при наличии признака, на странице пользователя корреспондент отмечает его в одной из колонок. Далее проводится выявление и анализ содержательных характеристик:

1. Открытость;
2. Конгруэнтность (соответствие реального образа виртуальному) ;
3. Самораскрытие;
4. Информативность;
5. Охват аудитории
6. Активность

