

ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА МОЛОДЕЖИ В ВЕК ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Е. В. РЕЗАНОВА

В статье рассматриваются теоретические и прикладные аспекты изучения социального капитала молодежи, а также его трансформация в виртуальный капитал в процессе развития информационных технологий. В рамках теоретического анализа определяются ключевые компоненты и источники социального капитала молодежи. В ходе прикладного исследования акцент делается на возможностях конвертации социального капитала в процессе личностной, творческой и профессиональной самореализации молодого поколения.

Ключевые слова: социальный капитал, социальные сети, доверие, социальная поддержка, виртуальный капитал.

УДК 316.772.4

Проблематика социального капитала прочно вошла в круг основных интересов как западного, так и отечественного социологического сообщества. Концепции социального капитала сегодня активно используются в изучении различных сторон общественной жизни: сплоченности общества, доверия индивидов друг другу и институтам общества, взаимодействия в сетевых структурах и в сетевом интернет-сообществе, анализа проблем экономического развития отдельных стран и регионов, проблем благосостояния, изучения культурных различий между странами, анализа политической и общественной активности граждан.

Практическая сторона исследования социального капитала приобретает особую актуальность применительно к молодежи – социально-демографической группе, которая занимает важное место в общественно-политической и экономической жизни общества. В силу возраста молодые люди в основном находятся в состоянии социального перемещения, идейного, нравственного и профессионального становления и выбора, поиска своего места в системе общественных отношений, форм и способов включения в них. В век информационных технологий социальная активность молодежи перемещается в виртуальную социальную реальность, что приводит к трансформации ключевых компонентов социального капитала и необходимости выработки новых подходов и методов его анализа и оценки.

Конец XX века ознаменовался появлением первых стройных концепций социального капитала, его теоретико-методологического анализа и раскрытием социологической сущности данного понятия. При этом каждая концепция тяготеет к той или иной трактовке социального капитала с акцентом на определенной стороне его изучения, ввиду сложности и самого понятия, а также к тому или иному уровню анализа, ввиду наличия разного рода носителей как отдельного индивида, так и группы, и общества в целом.

В своих концепциях ученые рассматривают социальный капитал на микро-, мезо- и макроуровнях. На микроуровне понятие «социальный капитал» означает совокупность существующих или потенциальных ресурсов индивида, связанных с наличием устойчивой сети более или менее институционализированных

отношений взаимного знакомства, признания или членства в группе (П. Бурдые [1, с. 66]); совокупность обязательств и ожиданий, которые помогают индивиду в повседневной жизни добиваться своих целей, благодаря информационному обмену с членами социального окружения и установившимся взаимоотношениям, основанным на общих моральных принципах и нормах (Дж. Коулман [2, с. 127]); совокупность отношений, связанных с поддержанием связей с другими индивидами, которая измеряется через степень включенности в те или иные сети, а также через характеристики самих сетей (В. В. Радаев [3, с. 27]). На мезоуровне понятие социальный капитал означает сознательное пользование индивида, организации или социальной группы социальными сетями, которые благодаря доверию, общим нормам и правилам становятся средствами достижения целей компании (И. Мачеринскене [4, с. 34]). При изучении социального капитала на макроуровне данный феномен определяется как дополнительный ресурс, возникающий благодаря упорядочению и координации всех факторов и условий общественной жизни, создающих атмосферу доверия в отношениях между членами общества. Обобщая различные концепции изучения социального капитала, можно выделить структурные, содержательные, а также целевые его компоненты.

Определяя основные компоненты социального капитала молодежи, можно обозначить некоторые особенности его формирования на индивидуальном и организационном уровнях, а также наметить некоторые тенденции его трансформации на современном этапе.

Структурными компонентами социального капитала молодежи выступают социальные сети, а также количество формальных и неформальных сообществ, в которые включены молодые люди. Это объективная характеристика социального капитала, которая позволяет оценить уровень коммуникативности и изучить динамику развития сети их контактов. Есть множество подходов к классификации социальных сетей, но ключевым является разграничение их на сильные и слабые. Сильные связи формируются в малых группах, между членами семьи и близким социальным окружением молодых людей. Слабые социальные связи – это отношения с соседями, знакомыми, знакомыми знакомых, а также формальные и неформальные контакты на работе. М. Грановеттер и Р. Барт полагают, что слабые социальные связи обладают большим преимуществом перед сильными связями. По мнению М. Грановеттера, сильные связи индивида информационно избыточны, поскольку родственники и близкие друзья сообщают индивиду идентичную информацию, лишённую новизны. Напротив, знакомые, принадлежащие к разным социальным кругам, не связаны между собой и потому имеют доступ к разным источникам информации [5, с. 32].

В свою очередь Р. Барт, также выступая за необходимость развития слабых связей, вводит понятие «структурные дыры» [6], определяя их как разрывы в структуре знакомств индивида, которые выступают своеобразными буферами, пропускающими только ту информацию, которая необходима для решения определенного вопроса, не взирая на личные симпатии или антипатии. Чем больше структурных дыр в сети, тем более разнообразную информацию способен получить индивид. К тому же обезличенные контакты не требуют постоянной поддержки и внимания, что нельзя сказать о сильных сетях.

В рамках трудовой деятельности молодежи слабые сети могут делиться на горизонтальные (которые развиваются между коллегами на одном иерархическом уровне) и вертикальные (которые формируются между индивидом и руководством). Социальные сети в организации выполняют ряд важных функций: обеспечивают доступ к информации, повышают сплоченность коллектива, помогают быстрее адаптироваться новым работникам, обеспечивают доступ к определенным ресурсам в организации и дают определенные социальные гарантии, усиливающие позиции работника в организации. Анализ социальных сетей в организации позволяет понять, как в ней циркулирует информация, и что нужно делать для повышения эффективности внутрикорпоративных коммуникаций.

К содержательным компонентам социального капитала молодежи относятся уровень доверия и социальные нормы, устоявшиеся правила поведения в процессе взаимодействия в группе. При этом следует разграничивать особое личное доверие и обобщенное доверие. Особое личное доверие – это доверие, выражаемое индивидом прежде всего к своему внутреннему кругу, к узкой строго очерченной группе людей, включающей членов семьи и родственников, формирующееся в рамках сильных социальных связей. Частота контактов и длительность взаимодействия позволяют формировать ожидания и предугадывать действия индивидов. В свою очередь, доверие людям вообще – это доверительные отношения к людям, о которых индивид не имеет никакой априорной информации, позволяющей ему предвидеть последствия контакта [7, с. 17]. Обобщенное доверие основано на предположении и вере индивида, что окружающие его люди разделяют такие же фундаментальные ценности и принципы морали, что и он.

При изучении социальных сетей в рамках организации следует отдельно рассматривать доверие, которое формируется в рамках горизонтального и вертикального сетевого взаимодействия сотрудников. Кроме того, Т. Нестик выделяет такие типы доверительных отношений, как рациональное доверие (основанное на оценке компетентности и результативности труда, на последовательности и предсказуемости поступков, на уверенности, что коллега, руководитель или подчиненный способен выполнить взятые на себя обязательства) и эмоциональное доверие (основанное на оценке общности ценностей и мотивов, доброжелательности и открытости, мотивированности на достижение общей цели и успешного решения проблем) [8, с. 58].

Целевыми компонентами социального капитала молодежи выступают конкретные выгоды, ожидания, социальная поддержка от развития социальных связей и взаимодействия. Социальная поддержка – непосредственная отдача от социальных сетей, выражающаяся в различные рода помощи, которую оказывает социальное окружение индивиду. С. В. Сивуха выделяет следующие виды социальной поддержки: информационная (советы, инструкции, обратная связь), эмоциональная (поддержание высокой самооценки, психологическая близость), аффилиативная (принадлежность к группам, участие в совместных действиях) и инструментальная (предоставление финансовой помощи и иных ресурсов) [9, с. 60].

Таким образом, социальным капиталом молодежи представляет собой совокупность ресурсов молодых людей, которые развиваются благодаря наличию

устойчивой сети связей различных категорий молодежи с другими людьми, основанные на взаимно разделяемых и подкрепляемых нормах, ценностях и доверии, развивающиеся в семье и в кругу друзей, среди знакомых и коллег по работе. Активная жизненная позиция молодых людей позволяет им накапливать социальные связи благодаря участию в различных общественных объединениях, сообществах, группах по интересам и добровольных организациях. Результатом такой активности является получение определенных выгод в виде эмоциональной, материальной и информационной поддержки, а также самореализация и самоопределение молодежи, что выступает ключевыми целями молодежной политики.

Развитие цифровой эпохи привело к трансформации ключевых элементов социального капитала молодежи, ввиду стремительного роста виртуального сегмента социальной коммуникации и тенденции к постепенному замещению реальных социальных связей виртуальными. Ключевую роль в этом процессе играют социальные связи, создаваемые в сети Интернет, в котором молодежь проводит все большую часть своего свободного времени, и которые для большинства молодых людей превращаются в очень значимый фактор их повседневного существования, определяющий их образ жизни, ценностные установки и мировоззрение [10, с. 239].

По данным социологического исследования, проведенного по заказу Белорусского института стратегических исследований в начале 2020 г. и посвященного изучению ценностных ориентаций и социальной активности белорусской молодежи, практически все респонденты (96,4 %) ежедневно пользуются интернетом. При этом для подавляющего большинства (84,1 %) основной целью является общение в социальных сетях, каждого второго интересуют новостные и развлекательные сайты, заказывают различные товары через интернет-магазин 38,7 % респондентов, а для каждого третьего важно иметь доступ на образовательные сайты и сайты с научной и справочной информацией. Самыми популярными интернет-мессенджерами для молодежи являются Viber (ежедневных пользователей 66,2 %, еженедельных – 20,9 %) и Telegram (ежедневных пользователей 24,8 %, еженедельных – 13,6 %).

Социальные виртуальные сети молодежи становятся не только пространством досуга и развлечений, получения информации, но и полем для реализации творческих способностей и бизнес-идей, инструментом дистанционного обучения и профессиональной самореализации. Данные российских социологических исследований свидетельствуют о том, что в современная молодежь связывает активное включение в сетевые коммуникации с жизненным успехом, возможностью самореализоваться и быть более конкурентоспособными на рынке труда [11, с. 105].

Развитие информатизации влияет не только на индивидуальный социальный капитал молодежи, но и организационный. Главными трендами изменения формата трудовой деятельности является ускорение процессов автоматизации и цифровизации рабочего процесса, которые усилились в период пандемии 2020 года. Развиваются онлайн-сервисы, которые позволяют людям выполнять целый ряд задач, не прибегая к помощи специалистов; ряд организаций переводит сотрудников на удаленную работу (сферы ИТ, интернета, телекоммуникаций, маркетинга, рекламы, PR, страхования и т. д.); активно развивается фриланс,

в формате которого работают специалисты таких профессий, как копирайтер, графический дизайнер, SMM-специалист, программист и переводчик. Все эти процессы в корне меняют систему традиционной коммуникации в организации: горизонтальные и вертикальные связи трансформируются в виртуальные, возрастает значимость доверия между сотрудниками, меняются процессы принятия решений и управления компаниями.

Таким образом, век информационных технологий создает колоссальные возможности для развития социального капитала молодежи: виртуальная сетевая коммуникация конвертируется в возможность личностной, творческой и профессиональной самореализации молодого поколения. Трансформация структурных элементов социального капитала является очевидной и подтверждается результатами различных социологических исследований. Вместе с тем, качественные изменения содержательных компонентов социального капитала молодежи (значимость доверия и ценностей киберпространства) в процессе растущего влияния сетевой коммуникации предстоит еще исследовать более детально.

Список использованных источников

1. Бурдье, П. Формы капитала (1986) / П. Бурдье; пер. М. С. Добряковой, науч. ред. В. В. Радаев // Экономическая социология. — 2002. — Т. 3, № 5. — С. 60–74.
2. Коулман, Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. — 2001. — № 3. — С. 122–139.
3. Радаев, В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация / В. В. Радаев // Экономическая социология. — 2002. — Т. 3, № 4. — С. 20–32
4. Мачеринскене, И. Социальный капитал организации: методология исследования / И. Мачеринскене, Р. Минкуте-Генриксон, Ж. Симанавичене // Социологические исследования. — 2006. — № 3. — С. 29–39.
5. Грановеттер, М. Сила слабых связей / М. Грановеттер // Экономическая социология. — 2009. — Т. 10, № 4. — С. 31–50.
6. Burt, R. Structural Holes. The Social Structure of Competition / R. Burt. — England: Harvard University Press, 1992. — 334 p.
7. Рукавишников, В. О. Межличностное доверие: измерение и межстрановые сравнения / В. О. Рукавишников // Социологические исследования. — 2008. — № 2. — С. 17–25.
8. Нестик, Т. А. Социальный капитал организации: социально-психологический анализ / Т. А. Нестик // Психологический журнал. — 2009. — Т. 30, № 1. — Ч. 1. — С. 52–63.
9. Сивуха, С. В. Социальная сеть общественных организаций как форма социального капитала / С. В. Сивуха // Социология. — 2003. — № 4. — С. 52–63.
10. Чебунина, О. А. Виртуальный социальный капитал в процессе интернет-социализации молодежи / О. А. Чебунина // Гуманитарий Юга России. — 2019. — Т. 8, № 1. — С. 229–241.
11. Семенов, М. Ю. Виртуальная конкурентоспособность: оценка молодежи / М. Ю. Семенов // Образование и наука. — 2018. — № 20 (3). — С. 100–116.

**TRANSFORMATION OF THE SOCIAL CAPITAL OF YOUTH
IN THE AGE OF INFORMATION TECHNOLOGY**

Ekaterina REZANOVA

Abstract: The article examines theoretical and applied aspects of studying the social capital of youth, as well as its transformation into virtual capital in the process of developing information technologies. The theoretical analysis identifies the key components and sources of youth social capital. In the course of applied research, the emphasis is on the possibilities of converting social capital in the process of personal, creative and professional self-realization of the younger generation.

Keywords: social capital, social networks, trust, social support, virtual capital.



Дата подачи: 31.03.2021 г.