

Секция «Социология»

Социальный капитал в информационном обществе

Фаблинова Ольга Николаевна

Аспирант

*Институт социологии НАН Беларуси, Социологический факультет, Минск,
Беларусь*

E-mail: FOLGA3@gmail.com

Каждый индивид в процессе своей жизнедеятельности нарабатывает экономический, культурный, социальный и символический капитал. Под капиталом, согласно П. Бурдьё, понимается инструмент предоставления возможностей, которые изначально и теоретически предлагаются всем [1].

Распределение индивидов в социальном пространстве, по мнению ученого, зависит от двух факторов:

1. Располагаемого индивидом общего объема капитала;
2. Структуры капитала - относительного веса различных видов капитала индивида в общем объеме имеющего у него капитала.

Понятие «социальный капитал» было введено в П. Бурдьё в статье «Формы капитала» в 1983 году. Социальный капитал – это «совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием устойчивой сетью более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания — иными словами, с членством в группе» (Бурдьё П., 2004, с. 528) [2]. Данная сеть отношений обеспечивает индивидов опорой в виде «коллективного капитала», «репутации». По мнению французского социолога, объем социального капитала завязан на:

1. Размёре сети связей, которыми индивид располагает и в состоянии мобилизовать в случае необходимости;
2. Объёме экономического, культурного или символического капиталов, которыми обладают те, с кем связан индивид.

Сети связей нужны индивиду в целях установления и поддержания полезных (в смысле возможности сохранения и умножения материальной и символической прибыли) отношений.

Воспроизводство социального капитала подразумевает под собой непрерывную работу индивидов по установлению и поддержанию социальных связей, что, в свою очередь, требует постоянных инвестиций (например, времени), материальных и/ или символических обменов.

В современных условиях информационного общества работа по увеличению своего социального капитала (нетворкинг) стала проще благодаря использованию социальных Интернет-сетей. Такой нетворкинг может носить как осознанный, так и неосознанный характер. Наибольшей популярностью социальные сети пользуются в молодежной среде. При этом общение, – основа нетворкинга – выступает одной из наиболее значимых ценностей именно для данной социальной группы. Так, согласно данным исследования, выполненного Центром социологических и политических исследований Белорусского государственного университета в рамках проекта «Европейские ценности», общение с друзьями и знакомыми занимает значительное место в ценностной системе белорус-

ской молодежи: в 1990 году 78,5% респондентов оценили общение как важное и очень важное, в 2000 году - 86,3% и в 2008 году - 91,5%.

Затраты на поддержание контактов в социальных Интернет-сетях проявляются в форме инвестиций времени на написание и прочтение сообщений, новостей «друзей», отправки им знаков внимания в виде символических «подарков», обозначения их на собственных фотографиях (с их участием или без такового) и т.д.

Однако стремление индивида максимально расширить свои социальные контакты имеет ограничения в связи с невозможностью налаживания доверительных и устойчивых контактов более чем со 150 индивидами в среднем («друзьями»). Это и есть так называемое «число Данбара». «Другом» в понимании Р. Данбара может называться человек, с которым имеется эмоциональная связь, осуществляется коммуникация хотя бы раз в год и про которого человек помнит его связи с другими друзьями.

В целом можно говорить о том, что социальные Интернет-сети позволяют наращивать социальный капитал, поддерживать даже слабые связи, одновременно снижая издержки на взаимодействие и поддержание взаимоотношений. Кроме того, возможность установления контакта с малознакомым индивидом (так как порог для установления связи посредством Интернет-сети ниже, чем в неvirtуальной реальности), получение доступа к его информации позволяет сделать обдуманный выбор в отношении продолжения или прерывания сложившихся отношений. Таким образом, осуществляется «естественный отбор» нужных социальных контактов, впоследствии требующая определенной работы по их поддержанию.

Литература

1. Бурдые, П. Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии, Том I. 1998. 2. С. 44-59
2. Бурдые, П. Формы капитала // Западная экономическая социология. М., 2004.