

УДК 316.4

DOI 10.23683/2227-8656.2019.1.18



**ВИРТУАЛЬНЫЙ
СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ
В ПРОЦЕССЕ ИНТЕРНЕТ-
СОЦИАЛИЗАЦИИ
МОЛОДЕЖИ**

**VIRTUAL SOCIAL CAPITAL
IN THE PROCESS
OF INTERNET
SOCIALIZATION
OF YOUNG PEOPLE**

Чебунина Ольга Александровна

Ассистент, кафедра менеджмента,
Московский автомобильно-дорожный
государственный технический
университет (МАДИ),
г. Москва, Россия,
e-mail: info@madi.ru

Olga A. Chebunina

Assistant,
Moscow State
Automobile and Road
Technical University,
Moscow, Russia,
e-mail: info@madi.ru

В статье раскрываются особенности формирования виртуального социального капитала в социальных сетях онлайн и его влияние на процесс социализации современной молодежи. Рассматривается специфика реального и виртуального социального капитала, анализируются поведение молодежи в социальных сетях и восприятие представителями молодого поколения зависимости социальной конкурентоспособности от успешного позиционирования в интерактивном пространстве. Обосновывается значимость виртуального социального капитала для социализации современной молодежи, в том числе в ее профессиональных, деловых и личностных аспектах.

Ключевые слова: социальный капитал; социализация; социальные сети; виртуальное пространство; молодежь; Интернет; социальные отношения.

The author addresses an urgent problem – the study of the formation of virtual social capital in social networks and its influence on the socialization of the younger generation. The specificity of real and virtual social capital is considered, the behavior of young people in social networks and the perception of the dependence of social competitiveness on successful positioning in the interactive space by young people are analyzed. The author makes a conclusion about the importance of virtual social capital for the socialization of modern youth, including in its professional, business and personal aspects.

Keywords: social capital; socialization; social networks; virtual space; youth; the Internet; social relations.

Введение

Огромная роль информационно-коммуникационных технологий в современном мире состоит не только в инструментально-технической поддержке новых социальных практик, но и в конструировании социальной реальности. Продолжающаяся интеграция современного социума в сеть Интернет создает предпосылки для системных трансформационных изменений социальных институтов и процессов, охватывающих все сферы общественной жизни, в том числе и социализацию молодежи.

Информатизация общества привела к формированию новой модели социальной коммуникации, значительному росту объема ее виртуального сегмента, обозначив тем самым четкую тенденцию к постепенному замещению реальных социальных связей виртуальными.

Ключевую роль в этом процессе играют социальные сети, создаваемые в виртуальном пространстве Интернета, в котором его пользователи, особенно дети и молодежь, проводят все большую часть своего свободного времени. Соответственно, в этом контексте особую актуальность представляет социологическое исследование проблем влияния социальных сетей на социализацию молодежи.

В настоящей статье мы попытаемся выявить влияние виртуального социального капитала на социализацию современной российской молодежи, обратившись к анализу ее активности в социальных сетях. Данная проблематика в настоящее время вызывает повышенный интерес со стороны социологов, психологов и педагогов, поскольку в последние годы социальная активность молодых людей все в большей степени перемещается в виртуальную социальную реальность. Социальные сети превращаются для большинства молодых людей в очень значимый фактор их повседневного существования, определяющий их образ жизни, ценностные установки и мировоззрение.

Постановка проблемы в современной социологической науке

Современных исследователей интересует вопрос о соотношении двух форм социальной реальности: онлайн и офлайн. А.В. Лубский рассматривает виртуальную социальную реальность в двух аспектах – как потенциальную социальную реальность или как конструкт – замещение актуальной социальной реальности (Лубский, 2011. С. 20). Когда индивиды вступают в определенные отношения в интерактивной коммуникации с помощью компьютеров, они образуют особое сообщество в интернет-пространстве. Это сообщество может иметь один или два модуса существования: онлайн и офлайн. В первом случае

участники интернет-сообщества взаимодействуют только в онлайн-режиме, а во втором совмещают оба режима: онлайн и офлайн. Как отмечают В.В. Касьянов и В.Н. Нечипуренко, Интернет «открыл новые возможности для общения, сотрудничества, социализации, взаимодействия и координации между пользователями» (Касьянов, 2018. С. 7), т. е. сформировал коммуникативное пространство, в котором существуют и постоянно образуются новые социальные сети.

Под социальными сетями обычно понимается любое взаимодействие между индивидами, возникающее в процессе совместной деятельности (Буидзе, 2015. С. 104). С.И. Самыгин, М.Ю. Попов, Д.С. Загутин определяют виртуальные социальные сети как «набор формальных и неформальных правил, норм, установок, регулирующих различные сферы деятельности молодежи и организующие их в систему ролей и статусов» (Самыгин, 2015. С. 45).

Можно согласиться с данным определением, исключая лишь тот нюанс, что социальные сети регулируют сферы деятельности именно молодежи – в современном обществе все большее количество взрослых также концентрируется в социальных сетях ради повседневного общения, бизнеса, дистанционного обучения. Ведь социальная сеть наделяет пользователей возможностью неограниченной коммуникации (Field, 2008). Д.М. Бойд и Н.Б. Эллисон видят уникальность социальных сетей в том, что они позволяют демонстрировать свои реальные социальные связи, а также соединять их между собой, применяя различные типы соединений (Boyd, 2007). Необходимо отметить, что социальные сети – не только поле коммуникации, но и пространство формирования виртуального социального капитала.

Социальный капитал: понятие, признаки и социальная роль

В свое время П. Бурдьё рассматривал социальный капитал как совокупность ресурсов и возможностей, которыми обладает индивид в силу его интегрированности в определенные социальные сети и группы (Бурдьё, 2002). Испытывая влияние марксистской традиции, Бурдьё понимал социальный капитал как социальное отношение, подчеркивая взаимосвязь социальных отношений и экономического капитала. Социальный капитал может материализоваться в вещественных формах, превратиться в реальный экономический капитал.

В свою очередь, Дж. Коулман дал начало иной концептуальной линии анализа социального капитала, рассматривая последний не как отношение, производящее вещи, а как вещь, являющуюся источником отношений. Именно отношения индивидов между собой, основанные

на доверии и партнерстве, становятся, как подчеркивал Дж. Коулман, социальным капиталом, который подобно клею цементирует общество (Коулман, 2004. С. 37).

Р. Патнэм подчеркивает, что социальный капитал обладает чертами социальной организации – доверием, нормами и сетями, способствующими повышению эффективности социальной коммуникации и улучшению координации действий (Putnam, 1993).

Ф. Фукуяма также определяет социальный капитал как «возможность, возникающую из наличия доверия в обществе» (Fukuyama, 1999. Р. 35). Соответственно, на индивидуальном уровне под социальным капиталом понимается в первую очередь ресурс индивида, позволяющий ему пользоваться общим (коллективным) ресурсом всей социальной сети, сообщества.

В то же время социальный капитал может иметь и групповой, а не индивидуальный характер, являясь ресурсом какого-то сообщества индивидов – организации, предприятия, партии и т.д. (Мачеринскене, 2009. С. 31). К основным признакам социального капитала исследователи относят гибкость, долговечность, надежность, способность к производству других форм капитала и к инвестированию (Robison, 2002), хотя, разумеется, если применять концепцию социального капитала к реальной действительности, то данные критерии работают далеко не во всех случаях. Тем более если мы будем говорить о виртуальном пространстве, обладающем собственными отличиями.

Социальный капитал, специфика его формирования и применения зависят от характера социальной коммуникации. В рамках традиционных социально-коммуникативных систем связи между индивидами ограничиваются географическими и экономическими факторами, поскольку традиционная коммуникация основана на вербальных передаче и получении информации (Леушкин, 2014. С. 21).

Формирование виртуального социального капитала и его роль в социализации молодежи

Диджитализация социума способствовала распространению сетевой интернет-коммуникации, полностью нивелирующей в силу специфики информационно-коммуникационных технологий любые географические препятствия для строительства социальных связей. Соответственно, социальные связи, образующиеся в виртуальном пространстве Интернета, оказываются более интенсивными и глобальными, что влечет за собой и повышение значимости формируемого ими виртуального социального капитала.

Социальный капитал открывает индивиду возможность использования ресурсов, в том числе экономических, той ассоциации или сети, к которой он принадлежит или с которой связан доверительными отношениями. Если в традиционном понимании это могут быть семья, клан, род, этническая диаспора, то в современном информационном обществе все большее значение приобретает сетевая интернет-коммуникация, социальные связи и отношения завязываются в виртуальном пространстве (Посухова, 2013). Виртуализация социальных связей характерна для той части молодежи, которая наибольшее время проводит в Интернете и отличается высокой виртуальной активностью.

Л.Д. Козырева, классифицируя современную молодежь по отношению к интерактивной коммуникации, выделяет три типа представителей молодого поколения: сетевая молодежь (примерно 58 %) – повсеместно использует информационные технологии и виртуальное общение; полусетевая молодежь (39 %) – применяет информационные технологии прагматично; несетевая молодежь (3 %) – не применяет информационные технологии в своей повседневной деятельности (Козырева, 2017. С. 97).

Данные социологических исследований свидетельствуют о том, что в современной молодежной и подростковой среде успех в виртуальных сетях и реальная конкурентоспособность тесно связываются и ставятся в зависимость друг от друга: так, 66 % городских и 57 % сельских старшеклассников убеждены, что люди, имеющие большую популярность в социальных сетях, являются конкурентоспособными. Отрицательно на данный вопрос ответили лишь 34 % учащихся городских и 43 % учащихся сельских школ (Семенов, 2018. С. 105).

Социологический опрос, проведенный среди студентов высших учебных заведений, выявил примерно схожие представления молодых людей о конкурентоспособности популярных пользователей социальных сетей. При этом интересно то, что люди, считающие конкурентоспособными самих себя, убеждены в большем успехе популярных в социальных сетях людей (34 % опрошенных респондентов), и наоборот – люди, низко оценивающие собственную конкурентоспособность, не верят и в успешность героев социальных сетей (30 % респондентов) (Семенов, 2018. С. 106).

Действительно, успех сетевой молодежи связан с тем, что ее социальный капитал в значительной степени накапливается именно благодаря виртуальной коммуникации в социальных сетях. Социальные сети для такой молодежи становятся не только пространством досуга и

развлечений, получения информации, но и полем для реализации творческих планов и амбиций, бизнес-проектов, инструментом дистанционного обучения и профессиональной самореализации. С другой стороны, виртуальная коммуникация и обретение виртуального социального капитала могут восполнять те белые пятна, которые образуются в процессе социализации подростков и молодежи в случае отсутствия доверительных отношений с родителями, низкого социального и культурного капитала семьи. Ведь именно семья является первым уровнем передачи человеческого капитала от старших поколений к младшим.

Еще Дж. Коулман подчеркивал, что если человеческий капитал родителей, под которым он понимал образование, культурный уровень и т.д., не дополняется социальным капиталом, т.е. отношениями между родителями и детьми, то он не играет существенной роли в социализации и социальной адаптации подрастающего ребенка. Поэтому многие молодые люди и подростки, уходя в мир виртуальной коммуникации, получают там тот социальный капитал, который оказались не в состоянии дать им родители.

Присутствие пользователей в социальных сетях может носить активный и пассивный характер (Rafaeli, 2018). В первом случае пользователь выступает в качестве субъекта сетевого сообщества, являясь его организатором или активным участником, транслятором информации, во втором случае он лишь потребляет тот контент, который предлагает ему социальная сеть, сетевое сообщество, не являясь генератором или транслятором информации.

Соответственно, активная или пассивная роль пользователя в социальной сети также оказывает влияние на формирование социального капитала – у активных пользователей он более масштабный, конвертируется в реальный экономический и социальный капитал куда быстрее и легче, чем у пассивных пользователей.

Вместе с тем молодые люди с большим социальным капиталом обычно больше активны и в социальных сетях, и в реальном мире, имея развитый досуг за пределами дома и одновременно презентуя себя в социальных сетях, подтверждая свои личные социальные связи уже в виртуальном мире, а в некоторых случаях и завязывая в социальных сетях реальные знакомства (Данилова, 2017. С. 282).

В последнее десятилетие появилось большое количество новых профессий, связанных исключительно с деятельностью в виртуальных социальных сетях. Формируются социальные связи профессионального характера, поддерживаемые исключительно посредством интерак-

тивной коммуникации. Параллельно происходит замещение реальных социальных контактов виртуальными, основная часть социальных связей и отношений индивида перетекает в виртуальное пространство. Соответственно, социальный капитал у данной части молодежи все в большей степени приобретает виртуальный характер, становится зависимым от интенсивности и объема виртуальной коммуникации, ее разветвленности, наличия большого количества контактов в социальных сетях.

Как и в реальном социальном пространстве, в мире виртуальной коммуникации социальный капитал индивида во многом является показателем успеха его жизненной стратегии, самореализации. Это создает предпосылки для формирования экономического капитала на основе социального, так как постоянно растет количество разнообразных видов коммерческой деятельности, связанных исключительно с интернет-коммуникацией.

К примеру, появление рынка криптовалют, майнинга, ICO привело к тому, что именно виртуальная коммуникация и определенные действия, совершаемые в интернет-пространстве, превратились в инструмент приумножения экономического капитала. Сегодня многие компании – и российские, и зарубежные – постепенно переводят свои региональные офисы на удаленный, дистанционный режим работы, многие организации полностью переходят на дистанционную работу, превращая социальные сети и мессенджеры в основной инструмент производственной коммуникации и на внутреннем (между руководством и сотрудниками), и на внешнем (с партнерами и клиентами) уровнях.

Качество формируемого виртуального социального капитала и тем самым социализации молодежи в существенной степени зависит и от того, какую именно социальную сеть предпочитает молодой индивид. Сегодня большая часть молодежи, которую исследователи относят к сетевой, имеет аккаунты практически во всех наиболее распространенных социальных сетях – Facebook, MySpace, LinkedIn, Instagram, Twitter, «ВКонтакте». В то же время каждый молодой человек имеет 1–3 наиболее часто используемые социальные сети. Как правило, это «ВКонтакте» и Instagram (применительно к России и постсоветскому пространству).

Социальная сеть «ВКонтакте» используется для более насыщенного общения – от личных связей до получения информации и профессиональной деятельности, Instagram в большей степени является инструментом самопрезентации молодых людей. Если говорить о такой

распространенной в транснациональном масштабе социальной сети, как Facebook, то ее пользователи представляют собой наиболее деловую и бизнес-ориентированную часть активной сетевой молодежи. Аудитория социальной сети Facebook в целом принадлежит к более старшим возрастным группам, чем аудитория «ВКонтакте», по крайней мере если говорить не столько о наличии аккаунтов, сколько о повседневном использовании социальной сети (Социальные сети в России, 2017).

В последнее время все большую популярность набирает Instagram как социальная сеть, в наибольшей степени отвечающая запросу современной молодежи на самопрезентацию и быструю популяризацию своей личности в виртуальном пространстве, формирование виртуального бренда (Харламов, 2018. С. 317). Создаваемый с помощью инстаактивности «личный бренд» становится одним из главных инструментов обретения виртуального социального капитала, который затем может конвертироваться уже и в реальный социальный и экономический капитал.

Сегодня профессиональная социализация сетевой молодежи также в значительной степени связана с ее активностью в социальных сетях и, соответственно, с усвоением тех необходимых ролей, навыков, знаний, установок, которые позволяют уверенно коммуницировать в виртуальном пространстве, формировать связи и отношения с другими пользователями.

Оперативность, мгновенная доступность, наличие профилей, позволяющих идентифицировать личность и получить представление о ней, в совокупности с соблюдением коммуникативной этики Интернета способствуют большему росту доверия именно к сетевым, а не к реальным контактам (Козырева, 2017. С. 100), что способствует повышению значения виртуального социального капитала.

Помимо доверия, существенную роль в формировании виртуального социального капитала играет открытость социальных агентов, также присущая виртуальной коммуникации (Леушкин, 2016. С. 10). В интернет-пространстве коммуникативная среда отличается большей степенью открытости, чем в реальном социальном пространстве, поскольку исчезают или, по крайней мере, значительно стираются те традиционные социальные барьеры, которые могут препятствовать коммуникации в реальном мире. В первую очередь это относится к пространственным, возрастным, социально-статусным, этническим, половым ограничениям.

Большая открытость индивида в виртуальном пространстве способствует и его более успешной социализации, поскольку позволяет максимально расширить сеть контактов, углубить социальные связи, воспринимать новую информацию из самых разных источников и более эффективно ее анализировать, обращаясь при необходимости за консультативной поддержкой к другим участникам социальных сетей.

Серьезным преимуществом виртуальных социальных сетей является и то, что они выступают полем формирования слабых связей. М. Грановеттер относил к сильным связям родственные и дружественные отношения, к слабым – менее насыщенные частотой и длительностью отношения между коллегами по работе, соседями, знакомыми и знакомыми знакомых (Грановеттер, 2009). Наличие развитых слабых связей предотвращает изоляцию индивида (Грановеттер, 2009), что само по себе повышает эффективность его социализации, позволяет сформировать более масштабный социальный капитал.

Грановеттер, анализируя социологические исследования, посвященные проблемам распространения информации, делает вывод о том, что слабые связи в большей степени являются транслятором новой для индивида информации, нежели сильные связи. То есть с большей вероятностью человек получит новую информацию от тех людей, с которыми он состоит в слабой связи, общается достаточно редко. Это объясняется тем, что между слабыми связями контакты либо вообще отсутствуют, либо носят очень редкий характер. Соответственно, вступая в контакт со слабой связью, человек получает довольно большой и плотный объем новой информации за весь отрезок времени, пока он не коммуницировал с данным собеседником.

Опираясь на данные ряда исследований о распространении информации во время поиска работы, по отправке писем, распространении инфекции на фабриках, Грановеттер приходит к выводу, что слабые связи облегчают получение информации, которая для них является новой. Если же слабая связь существует между людьми, задействованными в схожих направлениях деятельности, то полученная информация будет еще более ценной и продуктивной (Грановеттер, 2009. С. 32).

Соответственно, виртуальное пространство, где доминируют слабые социальные связи, в современных условиях превращается в поле, способствующее более активной коммуникации индивида, расширяющее его кругозор, вовлеченность в коммуникативные процессы с самыми разными людьми и группами. Молодежь получает в социальных сетях большие объемы информации, которые намного более интересны для нее, нежели повседневное общение с сильными связями, а

главное – такое социальное взаимодействие отвечает общей ориентации российской молодежи на реализацию модели успеха.

С другой стороны, учитывая нарастающую интернетизацию современного общества, сильные связи реального социума также могут находить интерактивное выражение – территориальная удаленность, отсутствие свободного времени заставляют даже индивидов, обладающих сильными социальными связями в реальном мире (родственников, старых друзей) коммуницировать посредством возможностей виртуальных медиа (Харламов, 2018. С. 44). С этой целью, кстати, и был создан целый ряд социальных сетей вроде «Одноклассники.ру», ставящих своей целью именно установление виртуальной коммуникации между людьми, обладающими социальными связями в реальном мире.

Для современной российской молодежи в большей степени характерно утверждение избирательности социальных контактов, сопровождающееся все большим дистанцированием от тех социокультурных паттернов, которые были присущи старшим поколениям. Происходит девальвация доверия формальным социальным институтам, связанная с доминированием сетевой коммуникации в социальном взаимодействии молодых людей. Привлекательность сетевой коммуникации для современной российской молодежи связана с продолжающимся смещением социальной активности в виртуальное пространство и, следовательно, с усвоением нормативных и инструментальных практик, принятых в виртуальной среде.

Стоит также отметить, что, замыкаясь на виртуальной коммуникации, индивид может не столько наращивать свой социальный капитал, сколько сокращать его, изолируясь от реального мира, но и не используя преимущества мира виртуального. В этом заключается один из главных рисков трансформации социальных связей в процессе информатизации современного общества. Именно представители молодого поколения, включая подростков, наиболее подвержены крайним формам интернет-зависимости. Другой риск интернетизации молодежи – усвоение антисоциальных установок, девиантного и делинквентного поведения. Специфика сетевой коммуникации такова, что даже при наличии активных профилактических мер ответственные институты – семья, образовательные учреждения, органы правопорядка – в любом случае оказываются не в состоянии предотвращать деструктивное влияние таких сетевых сообществ на подростков и молодых людей.

Как и в случае с реальным социальным капиталом, виртуальный социальный капитал может существенно отличаться у разных пользо-

вателей социальных сетей в зависимости от их индивидуального уровня компетентности, этики общения, ценностных и поведенческих установок. Содержательная и интенсивная коммуникация в сетях, предоставляющая возможности для профессионального роста, дистанционного образования, делового взаимодействия, установления личных отношений, способствует формированию социального капитала и, соответственно, более успешной социализации.

Заключение

В условиях, когда виртуальное пространство все в большей степени превращается в поле для личностной, деловой, творческой самореализации, роль виртуального социального капитала становится немаловажной в процессе социализации молодежи. Многообразие связей, разветвленность общения в социальных сетях позволяют активной части пользователей более или менее успешно конвертировать виртуальный социальный капитал в свой профессиональный рост, творческие достижения, финансовое благополучие.

Таким образом, можно говорить о растущем влиянии сетевых интернет-сообществ в социальной коммуникации современной российской молодежи. Особый характер коммуникативных взаимодействий в социальных сетях Интернета определяется качеством и количеством накопленного виртуального социального капитала, который выражается главным образом в доверии между коммуникантами. Быстрота и интенсивность синхронной коммуникации больших групп индивидов способствуют возрастанию роли сетевой коммуникации в современном обществе, формированию ее в качестве важного компонента социальных связей и поведения индивидов, который, безусловно, оказывает существенное влияние на социализацию молодежи.

Аттрактивность сетевой коммуникации, значимость норм и ценностей киберпространства для молодежи поддерживаются установкой доверия к социальным сетям на уровне социальной микросреды, которая, как правило, настроена оппозиционно к институциональным моделям поведения и интерпретациям общественной жизни. Это способствует повышению в глазах молодежи ценности как неформального, так и виртуального социального капитала и, соответственно, ориентирует ее на более активную коммуникацию в социальных сетях.

Литература

Будзе М.А. Социальные сети как основной элемент социального капитала организации // Международный научно-исследовательский

References

Buidze, M.A (2015). Social networks as the main element of social capital organization. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy*

журнал. Социология. 2015. С. 104–107.

Бурдье П. Формы капитала (1986) / пер. М.С. Добряковой, науч. ред. В.В. Радаев // Экономическая социология. 2002. Т. 3, № 5. С. 60–74.

Грановеттер М. Сила слабых связей // Экономическая социология. 2009. Т. 10, № 4. С. 31–50.

Данилова А.В. Потенциал виртуальных социальных сетей в воспроизводстве социального капитала молодежи // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 21–22 апреля 2017 г. : в 2 т. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. Т. 1. С. 280–283.

Зверькова С.А. Реальный и виртуальный социальный капитал молодежи в информационном обществе // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2016. № 3. С. 30–32.

Касьянов В.В., Нечипуренко В.Н. Социология Интернета. М., 2018.

Козырева Л.Д., Зверькова С.А. Трансформация социальных связей молодежи в информационном обществе // Социодинамика. 2017. № 4. С. 94–104.

Коулман Дж.С. Экономическая социология с точки зрения теории рационального выбора / пер. М.С. Добряковой, науч. ред. В.В. Радаев // Экономическая социология. 2004. Т. 5, № 3. С. 35–44.

Леушкин Р.В. Виртуальный социальный капитал: место и роль в системе современного общества // Социодинамика. 2016. № 2. С. 67–76.

Леушкин Р.В. Структурно-конструктивистский подход к пониманию виртуальной социальной коммуникации // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 5.

Лубский А.В. Социальные науки и социальная реальность: к вопросу о погружении в виртуальность // Научная мысль Кавказа. 2011. № 4. С. 19–29.

Мачеринскене И.М., Минкуте-Генриксон Р.В., Симанавичене Ж.Й. Социальный капитал организации: методология исследования // Экономика образования. 2009. № 2, ч. 1. С. 28–38.

Посухова О.Ю. (2013) Семейный капитал как фактор профессиональной мобильности на Юге России // Социально-гуманитарные знания, № 11, с. 45–51.

zhurnal. Sotsiologiya, 104–107. (in Russian).

Burd'e, P. (2002). Forms of capital. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, 3 (5), 60–74. (in Russian).

Granovetter, M. (2009). Strength of weak ties. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, 10 (4), 31–50. (in Russian).

Danilova, A.V. (2017). The potential of virtual social networks in the reproduction of social capital of young people. *Strategii razvitiya sotsial'nykh obshchnostey, institutov i territoriy: Materials III Intern. scientific-practical conf.*, Ekaterinburg, 21–22 .04.2017. Ekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta, 1, 280–283.

Zver'kova, S.A. (2016). Real and virtual social capital of young people in the information society. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskije i obshchestve nnyenauki*, 3, 30–32. (in Russian).

Kas'yanov, V.V., Nechipurenko V.N. V.N. (2018). *Sociology of the Internet*. M.

Kozyreva, L.D., Zver'kova, S.A. (2017). Transformation of the social ties of young people in the information society. *Sotsiodinamika*, 4, 94–104. (in Russian).

Koulman, Dzh.S. (2004). Economic sociology from the point of view of rational choice theory. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, 5 (3), 35–44. (in Russian).

Leushkin, R.V. (2016). Virtual social capital: the place and role in the system of modern society. *Sotsiodinamika*, 2, 67–76. (in Russian).

Leushkin, R.V. (2014). Structural and constructivist approach to understanding virtual social communication. *Sovremennye problem nauki i obrazovaniya*, 5. (in Russian).

Lubsky, A.V. (2011). Social sciences and social reality: to the question of immersion in virtuality. *Nauchnaya mysl' Kavkaza*, 4, 19–29. (in Russian).

Macherinskene, I.M., Minkute-Genrikson, R.V., Simanavichene, Zh.Y. (2009). Social capital of an organization: research methodology. *Ekonomika obrazovaniya*, 2, 1, 28–38. (in Russian).

Posukhova O.Y. (2013). Family capital as a factor of professional mobility in South Russia. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya*, № 11, pp. 45–51.

Самыгин С.И., Попов М.Ю., Загутин Д.С. Социальные сети как социальный институт социализации молодежи // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 5. С. 45–49.

Семенов М.Ю. Виртуальная конкурентоспособность: оценка молодежи // Образование и наука. 2018. № 20 (3). С. 100–116.

Социальные сети в России, лето 2017: цифры и тренды. Режим доступа: <https://blog.br-analytics.ru/sotsialnye-seti-v-rossii-let-2017-tsifry-i-trendy/>.

Харламов А.В., Безродная Л.В., Поддьячaya Е.А. Методы изучения социального капитала в интернет-среде // Теория и практика общественного развития. 2018. № 1. С. 42–47.

Blight M.G., Ruppel E.K., Schoenbauer K.V. Sense of Community on Twitter and Instagram: Exploring the Roles of Motives and Parasocial Relationships // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2017. № 20 (5). P. 314–319.

Boyd D.M., Ellison N.B. Social network sites: Definition, history, and scholarship // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007. № 13 (1). P. 210–230.

Field J. *Social Capital*. London; New York: Routledge, 2008. 168 p.

Fukuyama F. *Trust. Social virtue and creation of prosperity*. M.: the New industrial wave in the West. Anthology, 1999.

Putnam R.D. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1993. 247 p.

Rafaeli S., Ravid G., Soroka V. De-lurking in virtual communities: A social communication network approach to measuring the effects of social and cultural capital. Available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.145.5045&rep=rep1&type=pdf>.

Robison L.J., Schmid A.A., Siles M.E. Is social capital really capital? // *Review of Social Economy*. 2002. Vol. LX. P. 1–21.

Samygin, S.I., Popov, M.Yu., Zagutin, D.S. (2015). Social networks as a social institution of youth socialization. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki*, 5, 45–49. (in Russian).

Semenov, M.Yu. (2018). Virtual Competitiveness: Youth Assessment. *Obrazovanie i nauka*. 20 (3), 100–116. (in Russian).

Social networks in Russia, summer 2017: numbers and trends. Available at: <https://blog.br-analytics.ru/sotsialnye-seti-v-rossii-let-2017-tsifry-i-trendy/>.

Kharlamov, A.V., Bezrodnaya, L.V., Poddyachaya, E.A. (2018). Methods of studying social capital in the Internet environment. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, 1, 42–47. (in Russian).

Blight, M. G., Ruppel, E. K., Schoenbauer, K. V. (2017). Sense of Community on Twitter and Instagram: Exploring the Roles of Motives and Parasocial Relationships. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 20 (5), 314–319.

Boyd, D.M., Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 210–230.

Field, J. (2008). *Social Capital*. London; New York: Routledge, 168 p.

Fukuyama, F. (1999). *Trust. Social virtue and creation of prosperity*. M.: the New industrial wave in the West. Anthology.

Putnam, R.D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 247 p.

Rafaeli, S., Ravid, G., Soroka, V. De-lurking in virtual communities: A social communication network approach to measuring the effects of social and cultural capital. Available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.145.5045&rep=rep1&type=pdf>.

Robison, L.J., Schmid, A.A., Siles, M.E. (2002). Is social capital really capital? *Review of Social Economy*, LX, 1–21.

Поступила в редакцию

28 ноября 2018 г.