

оригинальная статья

Сетевой капитал лидеров молодежных организаций

Бурмакина Анна Леонидовна

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

<https://orcid.org/0000-0003-3087-4393>

anna-sidjakina@rambler.ru

Поступила в редакцию 03.05.2023. Принята после рецензирования 24.05.2023. Принята в печать 24.05.2023.

Аннотация: Цель – рассмотреть особенности сетевого капитала лидеров молодежных организаций и его использование для их мобильности. С опорой на концепцию капиталов П. Бурдье, а также идеи Дж. Урри сетевой капитал лидеров молодежных организаций рассматривается как способность формировать и поддерживать социальные отношения с людьми без привязки к их географическому местонахождению, получая от этих отношений эмоциональные, финансовые или практические выгоды. Автором подчеркивается, что в современных условиях сетевой капитал дополняется и усиливается цифровым капиталом, проявляющимся в накопленных и развитых цифровых компетенциях молодежных лидеров, онлайн-активности в виртуальных молодежных сообществах и т. д. Накопление сетевого и цифрового капиталов возможно на разных этапах деятельности лидера в организации: до вступления, в процессе деятельности и после выхода из молодежной организации. На основе интервью экспертов и анализа биографий лидеров молодежных организаций сделаны выводы о широких возможностях лидеров, которые им предоставляет вовлечение в сети молодежных организаций. Эффекты сетевых взаимодействий проявляются на разных этапах жизненного пути лидера, способствуя его мобильности.

Ключевые слова: лидер, молодежь, молодежные организации, сеть, сетевой капитал, цифровой капитал

Цитирование: Бурмакина А. Л. Сетевой капитал лидеров молодежных организаций. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2023. Т. 2. № 3. С. 154–159. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2023-2-3-154-159>

full article

Network Capital of Youth Organizations Leaders

Anna L. Burmakina

Kemerovo State University, Kemerovo, Russia

<https://orcid.org/0000-0003-3087-4393>

anna-sidjakina@rambler.ru

Received 3 May 2023. Accepted after peer review 24 May 2023. Accepted for publication 24 May 2023.

Abstract: Network capital provides leaders of youth organizations with mobility. According to P. Bourdieu and J. Urry, network capital develops and maintains social relations without reference to geographical location, which makes it a source of emotional, financial, or practical benefits. Network capital is supplemented and enhanced by digital capital, i.e., digital skills, online activities, membership in virtual communities, etc. Youth organization leaders accumulate network and digital capital at different stages of their career in a youth organization: before joining, as a member, and after leaving. The author interviewed experts and analyzed biographies of youth organization leaders to prove that membership in such organizations provided them with numerous opportunities and accelerated their career. In general, network interactions manifested at different stages of leaders' life path, contributing to their mobility.

Keywords: leader, youth, youth organizations, network, network capital, digital capital

Citation: Burmakina A. L. Network Capital of Youth Organization Leaders. *Virtual Communication and Social Networks*, 2023, 2(3): 154–159. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2023-2-3-154-159>

Введение

Вступление в молодежные организации и деятельность внутри них невозможны для лидера в отсутствие набора способностей, интересов, устремлений и знаний, необходимого для привлечения и объединения молодежи вокруг себя, а также дальнейшего продвижения. На процесс социальной мобильности лидера влияет наличие социальных связей и контактов, формирующих его социальный капитал и позволяющих реализовывать свой потенциал. В условиях нарастания сетевизации и цифровизации социальных взаимодействий, особенно в молодежной среде, актуальным становится рассмотрение возможностей наращивания, трансформации своих способностей, умений, знаний в контексте сети, а также получения сопутствующих выгод и бонусов. Сетью мы можем называть структуру, формируемую из индивидов, групп, организаций и различных связей и отношений (социальных, политических, экономических) между ними. В связи с этим значимым становится сетевой капитал лидеров молодежных организаций, позволяющий им не ограничиваться рамками организации, а развивать связи за ее пределами, расширяя тем самым потенциал своих возможностей.

Цель статьи – рассмотрение особенностей сетевого капитала лидеров молодежных организаций и его использование для их мобильности.

Теоретические основы исследования сетевого капитала

Значимые наработки в развитии теории капиталов принадлежат П. Бурдьё. Французский социолог выделил три формы капитала: экономическую, культурную и социальную [Бурдьё 2002]. Данные формы проявляются и у молодежного лидера: экономическая – в способности находить и привлекать источники финансирования; культурная – в уровне образования и жизненного опыта; социальная – в налаженной системе связей и отношений внутри и за пределами молодежных организаций [Бурмакина 2020: 47].

Дж. Урри дополнил формы капитала, предложенные П. Бурдьё, еще одной – сетевым капиталом. Социолог определял его в контексте теории социальной мобильности как «способность порождать и поддерживать социальные отношения с людьми, не обязательно находящимися в географическом соседстве, получая от этих отношений эмоциональные, финансовые или практические выгоды» [Урри 2012: 362].

Дж. Урри выделил 8 компонентов сетевого капитала, которые применительно к лидерам молодежных организаций могут быть представлены следующим образом:

1) документы, закрепляющие членство в молодежных организациях (формальные и неформальные);

2) наличие удаленных друзей (другие участники своей организации, участники других организаций, друзья, родственники и т. д., коммуникация и встреча с которыми поддерживают сеть);

3) двигательные способности (способность к разного рода перемещениям и наличие средств для этого, а также навыки взаимодействия, вхождения в различные сообщества, поиска информации, использования современных средств связи и т. д.);

4) бесплатная локационная информация и пункты контакта (пространство организации, где может храниться общая информация, хранилища информации, виртуальные группы и сообщества, смартфоны и т. д.);

5) коммуникационные устройства (мессенджеры, социальные сети и телефоны как средство связи и коммуникации);

6) соответствующие назначению, безопасные и надежные места встреч (сама организация как физическое пространство, а также используемые для встреч локации, коворкинги и т. д.);

7) доступ к Интернету, телефону, социальным сетям и т. п.;

8) время и другие ресурсы, способствующие реализации вышеперечисленного [Урри 2012: 362–363].

Сетевой капитал, подобно социальному, не является характеристикой одного индивида, это порожденные общих усилий и взаимодействий одних социальных акторов с другими с учетом возможностей социального пространства. Таким образом, накопленные лидером социальные связи, формирующие его социальный капитал, в современных условиях преобразовываются в сетевой капитал, позволяющий лидеру использовать ресурсы сети для получения выгод и бонусов.

С. А. Дятлов отмечает трансформацию традиционного человеческого капитала в сетевой человеческий капитал, рассматривая эту тенденцию с экономической точки зрения. Сетевой капитал, по его мнению, является характеристикой высококвалифицированных работников, выраженной в наборе капитализируемых сетевых способностей, навыков и компетенций [Дятлов 2019: 27]. Молодежным лидером сетевой капитал может быть накоплен и использован

во взаимодействии с различными акторами в сети Интернет для получения различных выгод и бонусов, сетевых эффектов. Взаимодействие с сетевыми государственными структурами может быть организовано в процессе решения насущных проблем, реализации гражданских инициатив; с сетевыми научно-образовательными сообществами – в рамках получения новых знаний и навыков; в целом в социальных сетях – для поиска и налаживания связей с единомышленниками.

Теория капиталов получила развитие и в работах отечественных исследователей. Ученые анализируют социальный капитал как составляющую ресурсного потенциала, оказывающую воздействие на процессы социальной стратификации и дифференциации [Радаев 2002; Давыдова, Тихонова 2006]; специфику формирования человеческого и социального капиталов как социокультурного основания особенностей политического сознания и поведения женщин [Кранзеева 2020: 176–177]; фактор, влияющий на функциональность и эффективность сетевых политических отношений [Люблинский 2021]; социальный капитал в контексте социально-трудовых отношений [Каравай 2016]; социальный капитал молодежи [Гужавина 2017; Орлова 2019] и др.

Нарастающая цифровизация и повсеместное распространение Интернета как платформы коммуникации содействовали появлению нового вида капитала – цифрового. М. Рагнетта определяет цифровой капитал как совокупность накопленных цифровых компетенций (выраженных в информационных, коммуникационных и др. способностях) и цифровых технологий, которые могут исторически накапливаться и передаваться из одной сферы в другую. Ключевой особенностью цифрового капитала является его связь с другими видами капитала (социальным, культурным, экономическим, сетевым и т.д.) и посредническая роль между онлайн- и офлайн-деятельностью [Ragnedda 2018: 2366–2368].

Опираясь на рассуждения М. Рагнетты, российские исследователи Е. Л. Варганова и А. А. Гладкова пишут о взаимосвязи различных форм капитала. Особенно важной они считают взаимосвязь цифрового и социального капиталов. Цифровые медиакоммуникации и построение социальных сетей в цифровом пространстве, по мнению ученых, сегодня невозможны без наличия у человека

соответствующих цифровых компетенций и навыков [Варганова, Гладкова 2020]. В таких условиях цифровой капитал позволяет говорить о дополнительных и в некоторых случаях усиленных возможностях социального и сетевого капиталов молодежного лидера. Применительно к молодежному лидеру цифровой капитал может выражаться в накопленных и развитых цифровых компетенциях, онлайн-активности в виртуальных молодежных сообществах и т.д.

Методы и материалы

Для иллюстрации возможностей накопления сетевого капитала лидерами молодежных организаций нами в 2020 г. был проведен экспертный опрос ($n = 10$)¹. Выбор респондентов для интервью осуществлялся из числа компетентных представителей сферы, связанной с молодежной политикой. Основаниями выбора являлись опыт работы респондентов с молодежью, молодежными организациями и собственный опыт участия в молодежных организациях. Еще одним принципом, учитываемым при отборе экспертов, было стремление отразить разные направления деятельности (политическое, добровольческое, общественное, творческое).

При поиске респондентов был использован наиболее распространенный способ реализации качественной выборки – метод снежного кома, представляющий собой процесс перехода исследователя от респондента к респонденту по линиям связей и отношений в кругах общения, т.е. социальных сетей респондентов.

Дополнительной иллюстрацией использования сетевого и цифрового капиталов стали собранные за 2020–2023 гг. биографии самих экспертов и лидеров молодежных организаций ($n = 5$)². В процессе отбора были учтены разные направления молодежных организаций (политическое, добровольческое, творческое, рабочее), в которых состоят лидеры. Источниками данных выступили личные встречи с ними; данные о них, находящиеся в открытом доступе; публикации в СМИ и их социальные сети (за основу взята социальная сеть ВКонтакте).

Результаты

Сетевые связи просматриваются в контексте этапов пребывания молодого человека в молодежной организации. Сеть начинает формироваться лидером еще

¹ В качестве экспертов выступили представители региональных органов исполнительной и законодательной власти в сфере молодежной политики, представители вузовских подразделений по работе с молодежью (6 мужчин, 4 женщины).

² Были изучены биографии лидеров региональных отделений: молодежной политической организации, волонтерской организации; руководителей студенческой организации и вузовского творческого объединения (4 женщины, 1 мужчина).

до вступления в молодежную организацию. Это проявляется в использовании дружеских и неформальных связей как приглашения вступить в ту или иную молодежную организацию.

Наращивание и усложнение сетей взаимодействия лидеров происходит непосредственно и в процессе их деятельности в молодежных организациях. Так, в ходе проведенного интервью экспертов респонденты называли примеры, когда участие в молодежной организации и выполнение определенных функций помогло молодым лидерам с трудоустройством, т.к. это возможность посмотреть на молодых людей в деле в процессе осуществления ими своей деятельности: *Актуальная волонтерская акция «Мы вместе», ...ребята работают, ...и вот у них есть девочка, которая отвечает за освещение в СМИ. То есть она выкладывает посты в соцсетях, она выбирает темы для освещения и так далее. И то есть за полтора месяца работы проекта «Мы вместе» ее позвали работать в пресс-службу Администрации области. То есть потому что увидели, что она адекватно реагирует, правильно транслирует информацию, подбирает и так далее... Все, то есть у человека есть работа, а была волонтером...* (женщина, 35 лет); *Дальше есть примеры, когда молодой человек, пройдя по определенной стадии общественных организаций, вот его приглашали дальше куда-то на работу. Я свой пример могу привести в этом направлении* (женщина, 30 лет).

Возможности продвижения вследствие участия в молодежных организациях подтверждаются и на основе биографий самих экспертов. Представляя на данный момент органы власти, вузовские подразделения молодежной политики, эксперты в свое время принимали участие в деятельности молодежных организаций и занимали в них в основном руководящие посты, а также роли организаторов и координаторов.

Примерами, когда участие в молодежных организациях способствует продвижению, могут служить и изученные нами биографии лидеров. Все лидеры начинали свою активную общественную деятельность в школьные и студенческие годы. Вступление в молодежные организации и работа в них способствовали развитию их организаторских навыков, расширению круга друзей и знакомых, получению профессиональных навыков.

Участие в молодежных организациях однозначно способствует продвижению молодежи. Молодежные организации отмечаются экспертами как социальные

лифты для молодежи, место, где молодежь является площадкой для формирования и наращивания компетенций. В этом отношении эксперты применяли словосочетания *выставочный элемент, кадровая скамейка, акселератор выращивания лидеров*.

Молодежная организация делает вклад в продвижение своих лидеров, во-первых, формируя у них соответствующие знания и навыки: *Ну, как бы ты обретаешь определенные навыки и компетенции, становишься сильнее и круче, чем другие в своем возрасте. Потому что пока кто-то только учился, ты уже работал, общался с людьми и выполнял функции, которые делал в этот момент уже взрослый какой-то человек* (мужчина, 38 лет); *Человек учится принимать участие в обсуждении той или иной проблемы, искать вариативность решений этой проблемы, думать, как принимать какой-то вариант, участвовать в реализации, анализировать, это достаточно серьезный опыт* (мужчина, 55 лет). В процессе деятельности в молодежной организации идет накопление социальных связей, новых знакомств и контактов: *...у тебя другой круг общения. И он опять же не только среди своих сверстников, уже там с серьезными какими-то людьми ты мог пообщаться* (мужчина, 38 лет).

Для продвижения лидера важно и внутреннее окружение, команда, которая способствует раскрытию его потенциала: *Организации нужны, это основной залог вообще успешного продвижения молодых людей. Должно быть место, должен быть лидер, должна быть команда, где человек может раскрыться. Найти единомышленников, получить компетенцию, как-то сделать правильно, нужна организация* (мужчина, 33 года); *Молодежные общественные организации создают такие условия, что в определенной ситуации они (лидеры – прим. автора) готовы выстреливать энергией, молодостью, какими-то проектами, идеями* (женщина, 27 лет). Таким образом, участие в молодежных организациях дает опыт и возможности побывать в разных ситуациях, ориентироваться в нестандартных, некомфортных условиях, способствуя тем самым мобильности молодых лидеров. После деятельности в молодежных организациях эксперты отмечают разноплановость сфер применения и нахождения себя лидерами. Среди направлений, где лидеры себя проявляют, называются политика, бизнес, общественные организации, творческое направление. Такое разнообразие становится возможным в том числе за счет накопленных связей, опыта и компетенций.

Эксперты также отмечают широкие возможности межорганизационных взаимодействий лидеров, которые помогают им в успешной реализации проектов и инициатив. Важное значение при этом придается накопленным связям и коммуникационным навыкам: ...то есть уметь общаться не только со своим сообществом, но и с другими, потому что это возможность привлечения дополнительных ресурсов. Ведь часто бывает на конкурсных процедурах мы делаем впервые этот проект, но еще кучу других делают такие же проекты. Может быть, вам проще объединиться? Ну и там типа надо 1000000, объединиться. У этого есть уже какие-то ресурсы, у этого, у этого. И вам даже вообще денег не надо. Ну, если главная задача все-таки не заработать, а реализовать проект (мужчина, 38 лет).

Сетевые эффекты от участия в молодежных организациях проявляются и после выхода из них. На примере экспертов можно увидеть, что знакомства, завязанные ими в период молодежного активизма, дают положительный эффект и во взрослой жизни: Это эффективные коммуникации. Весь тот круг людей, с которыми я общался, участвуя в деятельности общественных молодежных организаций, являются сейчас либо моими коллегами, либо партнерами. Это очень широкий круг людей, которые также занимаются сферой управления (мужчина, 33 года); Огромный опыт взаимоотношений, работы в коллективе получаешь (мужчина, 55 лет); Большой круг знакомств (мужчина, 30 лет).

Литература / References

- Бурдьё П. Формы капитала. *Экономическая социология*. 2002. Т. 3. № 5. С. 60–74. [Bourdieu P. Forms of capital. *Journal of Economic Sociology*, 2002, 3(5): 60–74. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/oyuvrd>
- Бурмакина А. Л. Статус лидера в молодежных организациях и движениях (на примере этнокультурных объединений Кемеровской области). *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2020. Т. 5. № 1. С. 44–52. [Burmakina A. L. Leader status in youth organizations and movements: the case of ethnocultural associations of the Kemerovo region. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Serii: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(1): 44–52. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-1-44-52>
- Вартанова Е. Л., Гладкова А. А. Цифровой капитал в контексте концепции нематериальных капиталов. *МедиаСкоп*. 2020. № 1. [Vartanova E. L., Gladkova A. A. Digital capital within the context of the intangible capital concept. *Mediascope*, 2020, (1). (In Russ.)] <https://doi.org/10.30547/mediascope.1.2020.8>
- Гужавина Т. А. Социальный капитал молодежи: опыт социологического анализа. *Социальное пространство*. 2017. № 1. [Guzhavina T. A. Social capital of young people: experience of the sociological analysis. *Sotsial'noe prostranstvo*, 2017, (1). (In Russ.)] URL: <http://socialarea-journal.ru/article/2187> (accessed 28 Apr 2023). <https://www.elibrary.ru/yhzwvf>
- Давыдова Н. М., Тихонова Н. Е. Методика расчета ресурсной обеспеченности при анализе социальной стратификации. *Социологические исследования*. 2006. № 2. [Davydova N. M., Tikhonova N. E. Calculation methodic of resources provision in analyzing social stratification. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2006, (2). (In Russ.)]

Заключение

Одним из самых важных ресурсов, которые получают молодежные лидеры в организациях, являются накопленные и сформированные социальные связи. При вовлечении в сети молодежных организаций лидеры начинают использовать их сетевой капитал, воспроизводят и формируют новые сетевые кластеры, представленные целыми поколениями лидеров, занимающих значимые посты в соответствующих сферах деятельности: политике, бизнесе, творчестве. Данные сети не являются замкнутыми, они постоянно расширяются и привлекают новых участников, создавая новые поколенческие узлы сети. Эффекты от сетевых взаимодействий проявляются на протяжении всего жизненного пути лидеров, сопровождая последующие профессиональные и личные взаимоотношения. Использование ресурсов сети, сопряженное с лежащими в ее основе социальными и сетевыми связями, особенностями социального и политического взаимодействия в регионе, способствует в конечном счете ускорению мобильности лидеров.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Conflict of interests: The author declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

- URL: https://www.isras.ru/files/File/Socis/1-6-2006/tixonova_davydova.pdf (accessed 28 Apr 2023). <https://www.elibrary.ru/opcefj>
- Дятлов С. А. Сетевой человеческий капитал миллениалов как драйвер развития цифровой экономики. *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*. 2019. № 4. С. 26–31. [Dyatlov S. A. Network human capital of millennials as a driver of the digital economy development. *Izvestiya Sankt Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, 2019, (4): 26–31. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/rziihl>
- Каравай А. В. Социальный капитал российских рабочих и их установки в отношении его накопления. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2016. № 3. С. 1–15. [Karavai A. V. Russian workers: social capital and capital accumulation settings. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2016, (3): 1–15. (In Russ.)] <https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.3.01>
- Кранзеева Е. А. Специфика политического сознания и поведения современных женщин. *Вестник Томского государственного университета Философия. Социология. Политология*. 2020. № 56. С. 173–183. [Kranzeeva E. A. The specifics of modern women's political consciousness and behavior. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya*, 2020, (56): 173–183. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17223/1998863X/56/17>
- Люблинский В. В. Социальный капитал и политические отношения в контексте развития сетевого общества. *Социально-гуманитарные знания*. 2021. № 5. С. 107–119. [Lyublinsky V. V. Social capital and political relations in the context of network society. *Social and Humanitarian Knowledge*, 2021, (5): 107–119. (In Russ.)] <https://doi.org/10.34823/SGZ.2021.5.51672>
- Орлова В. В. Социальный капитал региона: особенности социального ресурса молодежи в условиях цифровой экономики. 4-е изд., доп. Чебоксары: Среда, 2019. 168 с. [Orlova V. V. *Social capital of the region: features of the social resource of youth in the digital economy*. 4th ed. Cheboksary: Sreda, 2019, 168. (In Russ.)] <https://doi.org/10.31483/a-99>
- Радаев В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация. *Экономическая социология*. 2002. Т. 3. № 4. С. 20–32. [Radaev V. V. The concept of capital, forms of capital, and their conversion. *Journal of Economic Sociology*, 2002, 3(4): 20–32. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/oyuvff>
- Урри Дж. Мобильности. М.: Практикс, 2012. 576 с. [Urry J. *Mobilities*. Moscow: Praxis, 2012, 576. (In Russ.)]
- Ragnedda M. Conceptualizing digital capital. *Telematics and Informatics*, 2018, 35(8): 2366–2375. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.10.006>