

## СОЦИАЛНИЯТ КАПИТАЛ И ВИРТУАЛНИТЕ СОЦИАЛНИ МРЕЖИ

Теодора Христова

Нов български университет (НБУ),  
София, България

---

**РЕЗЮМЕ** - Виртуалните социални мрежи създават нови възможности за индивидите. Онлайн комуникацията като цяло и използването на социалните мрежи имат потенциала да променят разходите за комуникация, броя и характера на хората, с които се поддържа връзка, както и характера на съобщенията, които се разменят между индивидите. В резултат на това много изследователи предполагат, че онлайн комуникацията и участието в социални мрежи ще повлияе върху нечий социален капитал. В статията се разглежда ефекта на социалните мрежи върху социалния капитал: значението му за поддържането на вече съществуващите връзки, създаването на нови и генерирането на виртуален социален капитал. За тази цел се разглеждат няколко изследвания върху използване на социалните мрежи и техния ефект върху свързващия и обвързващия социален капитал и създаването на виртуален такъв, като по този начин се очертават и нови възможности за по-задълбочено изследване на социалния капитал във виртуалните социални мрежи.

**Ключови думи:** интернет, капитал, социални мрежи, социален капитал, свързващ социален капитал, обвързващ социален капитал, общност, онлайн общности

---

## SOCIAL CAPITAL AND VIRTUAL SOCIAL NETWORKS

Teodora Hristova

New Bulgarian University (NBU)  
Sofia, Bulgaria

---

**ABSTRACT** - Virtual social networks create new opportunities for individuals. Online communication in general and social networks have the potential to change communication costs, the number and the nature of the people who keep in touch and the nature of the messages that are exchanged between individuals. Because of this many researchers suggest that online communication and in social networks will affect one's social capital. The article examines the impact of social networks on social capital: its importance for maintaining existing relationships and creating new virtual social capital. For this purpose we consider several studies on the use of social networks and their impact on bridging and bonding social capital and creating a virtual one, thus we will outline new opportunities for in-depth social capital studies in virtual social networks.

**Keywords:** internet, capital, social networks, social capital, bridging social capital, bounding social capital, community, online communities.

---

## 1. ВЪВЕДЕНИЕ

Виртуалните/онлайн социалните мрежи (SNSs) или накратко социалните мрежи (в ежедневието и не само) като Facebook, Tweeter, Friendster и MySpace позволяват на лицата да се представят, да изградят своите социални мрежи, както и да създадат или поддържат връзки с други хора. Те могат да са ориентирани към професионалната сфера (LinkedIn), романтичните отношения (Friendster), общи интереси като музика или политиката (MySpace) или към студентите (първоначалната цел на Facebook), позволявайки на индивидите да общуват както с познати, така и да срещнат нови хора. Макар да става онлайн, въпреки това може да доведе до офлайн срещи. Интернет предоставя нови средства за комуникация и социализация, които могат да допълнят лице-в-лице контактите или телефонните разговори. Но интернет може и да изолира отделните индивиди и да намали времето, прекарано в участие в социални дейности, особено ако потребителите са ангажирани предимно в строго тъмнично ползване (уеб-сърфиране, новини и т.н.).

Онлайн социалните мрежи подпомагат както поддържането на съществуващи социални връзки, така и създаването на нови. Много от ранните изследвания препологат, че хората участващи в подобни мрежи, ще се свързват с хора извън вече съществуващите връзки.

Грановетер (1973) разграничава две форми на онлайн социалната активност. На първо място интернет може да служи за поддържане или засилване на съществуващите социални връзки с близки приятели и семейството (силни връзки). На второ място интернет може да се използва за поддържане на връзки с познати или за създаване на нови с виртуални познати (слаби връзки). С други думи компютърно-медираната комуникация може да се използва за укрепване на силни връзки, но и за да се разширят и засилят слабите (Резник, 2001). В резултат на това може да се промени състава на социалния капитал. Чрез промяна на съотношението между силни и слаби връзки в социалния капитал на интернет потребителите може да се повлияе на способността им да получат подкрепа и емоционална помощ (осигурена от силни връзки) и да се получи достъп до нови идеи, ресурси или възможности за работа (предоставени от слаби връзки) (Грановетер, 1973).

Изхождайки от целта на тази статия да се изясни как използването на социалните мрежи може да се отрази на създаването и поддържането на социалния капитал, търсим отговор на въпроса „Дали инвестирането в онлайн социалния капитал е заместител или допълнение към традиционните инвестиции в социален капитал (лице в лице контакти и доброволческите дейности)?“. Този въпрос е от решаващо значение, защото ако онлайн и традиционните инвестиции са взаимно допълващи се, тогава интернет потребителите могат да натрупат повече социален капитал от не-потребителите. Основаваме се на данни от вече проведени изследвания в тази област и ще очертаем нови възможности за изследвания, осъществявайки вторичен анализ.

## 2. ПОНЯТИЕТО СОЦИАЛЕН КАПИТАЛ

Понятието “социален капитал” по различни поводи е използвано през средата на миналия век. Свързано е с такива явления от обществената действителност, които подпомагат индивидуалната и съвместната човешка дейност (приятелството,

доверието, опита, ценностите, солидарността и др.). Съвременната икономическа социология го разглежда от аспекта на социалните мрежи и отношения, а също така и нормите на поведение. Мрежите сближават хората при осъществяването на съвместна дейност и способстват за унифициране на нормите, което е важна предпоставка за успех. За да разберем какво представлява социалния капитал ще разгледаме работата на Бурдийо, Коулман, Фукуяма, Пътнам, Грановер и Лин.

Социалният капитал като актуална тема първо се появява в книгата на Лида Ханифан (1916) в САЩ, в която се обсъжда как съседите могат да работят заедно, за да контролират училищата. Авторът посочва, че социалният капитал са "тези материални активи [на които] се разчита най-много в ежедневието на хората, а именно: репутация, общуване, съчувствие и социално общуване между хора и семейства, които съставят една социална единица". Едва през 1990 г. става популярен в изследователската програма на Световната Банка и публикациите на Пътнам (2000), който го представя като базисно понятие, показва го като стимул за „гражданско ангажиране и въвличане” и като мярка за общностно здраве в епохата на глобализацията.

Самото понятие капитал (съвкупност от блага, имуществва, активи, използвани за получаването на печалба и богатство) произлиза от латинската дума „Caput”, което означава „глава” и/или "глави добитък". Терминът „stock” произлиза от староанглийски думата за пън или дънер (нещо, което расте с течение на времето). Той е бил използван, за да се обозначава цялото движимо имущество на една ферма от 1510 г., а през Средновековието във Франция се обозначаваха договорените лизинги и заеми, носещи лихва, определено плащане в глави добитък. Смит (1776) определя капитала като тази част от запасите, която отива за производително потребление. За разлика от него Маркс (1887) разглежда капитала като част от стойността на излишъка, присвоен от капиталистите или буржоазията, които контролират средствата за производство. След него новите теории противоречат значително на класическата. Масите вече могат да инвестират и по този начин придобиват известен собствен капитал (умения, знания по отношение на човешкия капитал и др.) и могат да генерират стойност от излишъците от своя труд или работа на пазарите на производството и потреблението.

За социален капитал<sup>1</sup> се приемат инвестициите в социални отношения с очаквана възвращаемост. Индивидите се ангажират с взаимодействия и работа в мрежата с цел произвеждане на печалба. Влагането на ресурси в социалните мрежи, улеснява потока на информация. Освен това социалните връзки могат да окажат влияние върху организациите, които играят ключова роля при вземането на решения с участието на актьорите. Някои социални връзки поради стратегическото си местоположение и позиции също носят повече ценни ресурси и упражняват по-голяма помощ при вземането на решения в организациите. Освен това социалните отношения се очаква да укрепят връзката между самоличността на индивида и признанието. Признанието като личност и като член на група, споделяща сходни

---

<sup>1</sup> Вж. DeFilippis J. (2001), The Myth of Social Capital in Community Development, Housing Policy Debate, Volume 12, Issue 4

интереси и ресурси, не само предоставя емоционална подкрепа, но и публично признание на нечии претенции към определени ресурси. Социалният капитал е продукт на социализацията, на способността да се изпълняват социални роли, да се създават трайни отношения между актьорите, които да генерират ресурс за постигането на определени техни цели (Стоилова, 2012).

Социалният капитал като теоретична рамка се корени в работата на Бурдийо (1986) и Коулман (1988). Бурдийо (1986) се интересува от начина, по който обществото се възпроизвежда и как господстващите класи запазват своята позиция. За него това не би могло да се обясни само с икономиката, поради това той е особено известен с работата си върху културния капитал - начините, по които хората използват културните си познания, за да подсилят мястото си в йерархията. Бурдийо анализира понятието в контекста на формите на капитала като показва как социалният капитал създава и възпроизвежда неравенства, благодарение на директното и индиректно използване на обществени контакти, осигуряващи достъп на индивидите до властови позиции. Така Бурдийо интерпретира социалния капитал инструментално, фокусирайки върху предимствата, които неговите притежатели получават и имат (Portes, 1998). Той дефинира социалния капитал като свързан с „членството в групи” според него това е съвкупност от реални или потенциални ресурси, свързани с включеност в трайни мрежи на взаимно познаване и зачитане.

Обемът на социалния капитал, притежаван от даден индивид, зависи от размера на мрежата от връзки, която може ефективно да мобилизира и от обема на капитала (икономически, културен или символен) притежаван от всеки, с когото е свързан. Наличието на мрежа от връзки не е природно обоснована или социално определена, конституирана веднъж и завинаги от начален акт на институция, представлявана в случая на семейната група от генеалогично определени родствените отношения, които са характеристика на социална формация. Тя е продукт на инвестиционни стратегии, индивидуални или колективни, съзнателно или несъзнателно насочени към създаване на образ и социални отношения, които са пряко използвани в краткосрочен или дългосрочен план т.е. към превръщането условни отношения като тези в квартала, на работното място или дори родствени в отношения, които са едновременно необходими и избираеми, което предполага трайни задължения, субективно почувствани (благодарност, уважение, приятелство и т.н.) или конституционно гарантирани права. В определенията и измерването му се разглежда ролята на социалната структура, социалните норми, доверието, реципрочността, потока от информация, както и солидарността. Фукуяма (1997) разглежда социалния капитал като „подкрепена с доказателства неформална норма”, която стимулира сътрудничеството между двама или повече индивиди. „Не просто всеки набор от подкрепени с доказателства норми конституира социален капитал; тези норми трябва да водят до сътрудничество в групите и по тази причина са свързани с традиционните добродетели като честност, спазване на ангажиментите, задължения за надеждно изпълнение, реципрочност и подобни”. Определенията на социалния капитал също се различават по своята насоченост към субстанцията, източниците или ефектите му, както и техния фокус върху вътрешни или външни връзки.

Според Коулман (1988) социалният капитал е всеки аспект на неформалната социална организация, която съставлява производителен ресурс за един или повече

актьори<sup>2</sup>. Той интерпретира понятието функционално като “многообразие от същности с два елемента, които: а) визират някакъв конкретен аспект на социалната структура; б) улесняват определени действия на актьорите в структурата” (Portes, 1998). Коулман посочва и конкретни форми на социален капитал: “Силните социални норми в дадена общност, които отблъскват младите от поп-културата и ги насочват към училище, представляват социален капитал за родителите, заинтересовани от успеха на децата им в училище ... Широката мрежа от приятели и познати, от които човек може да научи за вакантни места, е социален капитал за този, който търси работа”. Създаването на познанства и приятелство Коулман (1988) разглежда като инвестиция за социален капитал, макар че инвестицията винаги ще бъде недостатъчна, тъй като социалният капитал е обществено благо. Важно е да се подчертае, че за поява на социален капитал голяма роля играе неформалният характер на отношенията между хората и техните обединения. Освен това представлява социален ресурс за тези, които се нуждаят от него. Социалният капитал подпомага индивидуалното или колективното действие, генерирано от реципрочност, доверие и норми.

Два чести дебата в литературата се отнасят до това дали социалният капитал е индивидуално или колективно явление (Лин, 2001) или е в резултат на изобилие от силни или слаби връзки. По отношение на първото предположение Пътнам разглежда социалния капитал като общност - ниво на качество. Други социолози като Бурдийо предполагат, че индивидите притежават различни количества от него, като по силата на това са квалифицирани членове на колектива.

Това оказва влияние върху работата на Лин, който смята, че индивидите преследват „инвестиции в социалните отношения с очаквани приходи” с идеята, че „лицата се занимават с взаимодействия и работа в мрежа, за да се произвеждат печалби” (Лин, 2001). Ресурсите, вградени в социалните отношения, повишават резултатите чрез улесняване на потока от информация, оказване на влияние, изясняване социални пълномощия, както и укрепването на идентичността и признанието може да допринесе за усещането на индивида, че социалната група е тук, за да му осигури емоционална подкрепа.

Формалните и неформалните мрежи са в центъра на концепцията за социалния капитал. Те се определят като лични взаимоотношения, които се натрупват, когато хората си взаимодействат един с друг в семействата, на работните си места, квартали, местни сдружения и редица формални и неформални места за срещи. Така различните видове социален капитал могат да бъдат описани по отношение на различните видове мрежи: обвързващ социален капитал (описва по-тесните връзки между хората и се характеризира със силни връзки напр. между членовете на семейството или на една и съща етническа група) и социален капитал свързващ/„мост” (описва по-далечни връзки между хората и се характеризира с по-слаби, но по-пресечни връзки напр. с делови партньори, познати, приятели от различни етнически групи и др.)

---

<sup>2</sup> Коулман, Дж., Перспективата на рационалния избор за икономическата социология, Икономика и социология, Лик, С., 1999, с.78.

Социалният капитал<sup>3</sup> се фокусира и върху отношенията между частните лица. Членовете на една социална мрежа, могат да се категоризират в зависимост от силата на връзката, която Грановетер (1973) определя като комбинация от размера на времето, емоционален заряд, интимност и на взаимността, участваща в отношенията. Един от елементите от структурата на мрежата е свързан с понятията за обединяващия социален капитал и социалния капитал „мост“, всеки от които е свързан с различни видове връзки и мрежови структури. Пътнам (2000) се отнася към обединяващия за разлика от свързващия като приобщаващ и по-подходящ за разпространение на информация. Създаден чрез излагане на хетерогенни мрежи с представляващи слаби връзки. Обединяващият социален капитал може да бъде изключително и само помощно средство в създаването на групи за солидарност.

Според Грановетер (1973) свързващият социален капитал е свързан с това, което изследователите наричат мрежови „слаби връзки“, които са хлабави връзки между лица, които могат да предоставят полезна информация или нови перспективи, но обикновено предоставят емоционална подкрепа. Обвързващият капитал се намира между индивидите в сплотени, емоционално близки отношения.

Емоционално близките отношения както между членове на семейството, така и между добри приятели осъществяват обвързващия социален капитал, който позволява специфична реципрочност, емоционална подкрепа и компания. От друга страна, голяма част от разнообразните, по-слаби връзки, които са разположени в различни кръгове, генерират моста/свързващия социален капитал. Той осигурява достъп до нова информация, защото представлява една от най-близките и най-силните връзки, като вероятно в тези случаи е налична излишна информация. Свързващият и обединяващият социален капитал не са взаимно изключващи се, а по-скоро различни измерения на ресурсите в една социална мрежа.

С появата на така наречените интернет социални мрежи се създават нови възможности за индивидите. Учените правят вече разграничение между офлайн социалния капитал и онлайн или социотехническият капитал<sup>4</sup> (Потенциалната стойност, която се намира в технологиите, поддържаща социалните мрежи се нарича социално-технически капитал. Той осигурява рамка за генериране и оценка на технологично-медианата социални отношения.) на базата на уникални взаимодействия на онлайн инструменти, позволяващи комуникация<sup>5</sup> с широк кръг от хора.

### 3. ИНТЕРНЕТ СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ

В сайтовете на онлайн социалните мрежи хората се забавляват създават бизнес контакти, флиртуват с приятели на приятелите се, свързват се с познати, комуникират със свои приятели и роднини в други страни. В този смисъл сайтовете

---

<sup>3</sup> Колман също подчертава ролята на социалния капитал като източник на полезна информация във всекидневието, както и като норми и санкции, които могат да улеснят някои видове действия, но могат да бъдат рестриктивни (Coleman, 1988).

<sup>4</sup> Ellison N., Lampe C., Steinfield C., Vitak J., (2011), With a Little Help From My Friends, in A Networked Self, Routledge

<sup>5</sup> "Комуникация" и "общуване" не се покриват, въпреки факта, че "комуникация" се превежда точно като "общуване".

могат да се разглеждат като „мрежови общности”. Те са общности<sup>6</sup>, преструктурирани от мрежовите технологии. Като такива са едновременно пространствено конструирани чрез мрежовите технологии и въображаем колектив, който се очертава като резултат на взаимодействието на хора, технологии и практики. Мрежовите общности имат същите характеристики и функции като другите: позволяват на хората да се съберат за социални, културни и граждански цели, помагат им да се свържат с един свят отвъд техните близки приятели и семейство. А достъпността им конфигурира околната среда по начин, който оформя ангажираност на участниците. Виртуалните социални мрежи или както вече споменахме „социалните мрежи” се различават от останалите примери за социални мрежи основно по новата среда, която преодолява разстояние и време, предлагаща възможност за неограничени контакти.

Ранните изследвания на онлайн общностите приемат, че потребителите на тези системи се свързват с хора, основани на споделени интереси, за разлика от споделена география (Рейнголд, 1993), като по този начин се създават общности, които понякога са ограничени до онлайн комуникация. От своя страна често тези онлайн връзки водят до лице в лице срещи и отношения. Това отношение „...не е никакво си отношение сред другите отношения, а е самото социално отношение...” (Фотев, 2004). Като основен контекст остава онлайн-офлайн взаимодействието.

Макар онлайн/интернет социалните мрежи да заемат за кратко името „социални мрежи”, те все пак са такива. Може да се каже, че няма единно съгласие относно мрежите, безброй идеи и подходи са изправени срещу необходимостта от изясняване на термините, касаещи ги (Burke M., Kraut R., Marlow C., 2011). Някои от основните са:

- Възел, социален атом, актьор: Тези условия се отнасят до централните "единици", които имат мрежи. Социалните актьори често се отнасят до лица, въпреки това, участниците могат да бъдат и семейства (Padgett and Ansell, 1993), организации, нации или всяко друго лице, което може да формира или поддържа формални или неформални взаимоотношения.
- Връзки, взаимоотношения: Мрежовите отношения между и сред участниците се наричат връзки: насочени или ненасочени (съвместни организационни членства).
- Подгрупи: Дадено подмножество от актьори и техните връзки.
- Размер: В мрежата броят на социалните участници представлява размера на мрежата.
- Плътност: "плътността" или "свързаността" на връзките между участниците в мрежата се изчислява чрез съотношението на връзки, съществуващи в мрежа, разделена на възможния брой на връзките, които могат да бъдат изпратени и получени.

---

<sup>6</sup> Общностите са мрежи и не са спретнато организирани в малки кутийки в квартала. Хората обикновено имат повече приятели извън своя квартал, отколкото в него. Техните общности се състоят от далечно родство, на работното място, група по интереси и квартални връзки слепвайки се, за да образуват мрежа, която предоставя помощ, подкрепа, социален контрол, както и връзки към други среди.

– Съдържание/функция: Описва свойството или значението на равенството.

*Сила*: Това е мярка за интензивността или силата на действие на връзката. Може да покаже честотата, близостта или друго, свързано с качеството, което определя стойността на обвързването или определя наименованието.

*Multiplexity*: Когато връзките се основават на повече от една връзка, това води до повече от един вид социална дейност или социална роля или обслужва повече от една цел. Те се смятат за мултиплекс, "много блокирани" или "многоцелеви", които са склонни да бъдат по-трайни и по-дълбоки от тези на базата на само една връзка.

*Инструментално подпомагане*: Връзки, които предлагат практически ресурси или помощ, се казва, че доставят инструментална подкрепа.

*Емоционална подкрепа*: Връзки, които предоставят любов, грижа и възпитават.

*Оценка*: Насочва мрежата при оценката на даден проблем или източник на помощ.

*Мониторинг*: Когато мрежовите връзки наблюдават, дисциплинират или регулират поведението на други социални актьори, функцията за наблюдение е изпълнена.

#### 4. СОЦИАЛНИЯ КАПИТАЛ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ

Широко споделяно мнение е, че интернет е свързан както с повишения, така и с понижения на социалния капитал. Ние (2001) твърди, че използването на интернет отнема от времето за лице-в-лице взаимодействия с други хора, които биха могли да намалят социалния капитал на индивида<sup>7</sup>. Въпреки това, тази гледна точка е получила силна критика. Нещо повече някои изследователи твърдят, че онлайн взаимодействията могат да допълват или заместват взаимодействията лице в лице, смекчавайки евентуалните загуби от времето, прекарано онлайн. В действителност изследвания на физически общности, подкрепени от онлайн мрежи, са заключили, че компютърно-медираните взаимодействия имат положителен ефект върху отношенията на общността, участието и социалния капитал. Освен това използването на интернет може също да променя характера на социалния капитал на индивида и да позволи натрупването на виртуалния социален капитал.

В началото на дългосрочно проучване на интернет потребителите през първата една или две години онлайн Краут, Патерсън, Лундмарк, Кийслер (2013) и други техни колеги установяват малки негативни ефекти от използването на интернет върху социалното включване на хората и психологическото благополучие. Тези ефекти се разсейват с течение на времето, а индивидите, които имат силни мрежи за подкрепа, получават повече ползи, отколкото тези с по-слаби мрежи. Може да се каже, че като цяло хората, които използват интернет са много общителни и времето, прекарано в използване му предполага по-малко време за лице в лице взаимоотношения.

Според друго мнение интернет трябва да се разглежда като допълнение към други форми на взаимодействие. Той нито намалява, нито трансформира социалния капитал, а служи като добавка към други методи за комуникация. Оценката на изграждането на социалния капитал чрез виртуалните социални мрежи е трудна

---

<sup>7</sup> Вж. Ellison N., Lampe C., Steinfield C., Vitak J., (2011), With a Little Help From My Friends, in A Networked Self, Routledge



задача, като липсата на единна терминология е една от многото причини.

Уелман и неговите колеги кристализират дебата с доклад на тема „Увеличава, намалява или допълва интернет социалния капитал?“. Изследванията показват, че в сравнение с леките потребители, хората, които прекарват голяма част от времето си в интернет имат по-добра социална интеграция. Например по-тежките (прекарват много време в социалните мрежи) потребители участват повече в организации и са в по-чести контакти с приятели и роднини. Блогърите, видеоблогърите и фотоотдаващите се индивиди са по-склонни да се доверят на някого от различна раса или да обсъждат важни въпроси с човек от друга политическа партия. Това означава, че макар да отнемат от времето за лице в лице взаимодействията, виртуалните социални мрежи улесняват и увеличават комуникацията ни не само с приятели и роднини, но и с хора, с които в офлайн среда по-трудно бихме осъществили контакт.

В действителност могат да се разглеждат два вида онлайн инвестиции: инвестиции за поддържане на социалния капитал и инвестиции за създаване на нов социален капитал. Поддържането на съществуващия социален капитал се състои в избягване на обезценяването му. Както физическия капитал, така и социалния капитал има тенденция да се обезценява с течение на времето, ако физическото лице не успее да го поддържа. Очакваните разходи за изграждане и поддържане на социалния капитал до голяма степен зависят от уменията на лицето и характерните му способности. По отношение на онлайн инвестициите в социалния капитал, разходите следва да се намалят с опита на индивида чрез информационните технологии (компютърни и интернет умения). Това означава, че хората с технически (IT умения) са склонни да използват социалните мрежи, за да увеличат социалния си капитал.

Според Резник (2001) социотехническият капитал се конструира като подмножество на социалния капитал, за да се подчертаят начините, по които социалните и техническите компоненти „съвместно влияят върху възможностите на хората да действат заедно“. Той посочва шест технологични взаимодействия, които могат да повлияят на социалния капитал онлайн: способността да премахва бариерите пред взаимодействията; разширява нечий обсег; ограничава информационните потоци чрез контрол за достъп, който може да намали рисковете от участие; управлява зависимостите; поддържа историята на взаимодействията и създава нови роли или групов идентичност. Освен това поради ниската цена на влизане и относителната анонимност в интернет в много онлайн общности, може да се създаде възможност за по-големи мостови/свързващи резултати, отколкото офлайн взаимодействията.

Виртуалните социални мрежи са неразделна част от ежедневието ни и лесен начин да поддържа връзка с настоящите си познати и приятели или с други думи дават ни възможност да поддържа настоящия си социален капитал. Способността да се поддържат вече съществуващите отношения, може да бъде силна мотивация за използването им, освен това дава възможност на потребителите да превърнат латентни връзки или връзки, които са „технически възможни, но все още не са активирани в компанията“ (Haythornthwaite, 2005) в слаби или силни връзки. Латентните връзки възникват, когато се въвежда нова среда, която позволява на физическите лица, да се свързват един с друг. Значението на превръщането на латентните връзки в слаби е от особено значение за студентите, които са и сред най-

честите потребителите на социалните мрежи (трябва да се има предвид, че „най-влиятелната“ и популярна социална мрежа Facebook е създадена именно за комуникация между студенти).

Социалният капитал позволява на човек да се възползва от средствата, предоставени от други членове на мрежите, към които принадлежи. Тези средства могат да бъдат под формата на полезна информация, лични взаимоотношения или способността да се организират групи. Достъпът до лица извън нечий тесен кръг осигурява достъп до информация, което води до ползи (Грановетер, 1973), а социалните мрежи не улесняват тези процеси, но създават възможности за тяхното разширяване. Нещо повече различните форми на социален капитал включително връзки с приятели и съседи са свързани с индексите на психологическо благосъстояние като самочувствие и удовлетвореност от живота.

Някои изследователи въвеждат термина „приятелска болест“, позовавайки се на страданието, причинено от загубата на връзка със стари приятели, например когато един млад човек замине за колеж или университет. Къмингс, Лий и др. (2006) установяват, че услуги като електронна поща и мигновени съобщения помагат на студентите да останат близки с гимназиалните си приятели след като напуснат дома и да преодолеят „приятелската болест“ т.е те поддържат здрава връзката с дома си/с родното място.

Facebook представлява богатство за изследователите, заинтересовани от взаимодействията в социалните мрежи, поради своите модели на използване и технологичния капацитет на мостовите/свързващите онлайн и офлайн връзки. Голяма част от съществуващите академични изследвания върху Facebook се фокусират върху представянето, идентичността и личния живот (Грос и Аквисти, 2005). Грос и Аквисти твърдят, че потребителите могат да се поставят сами в риск както офлайн (преследване на улицата), така и онлайн (кражба на самоличност). Макар неговата теория да се потвърждава, това не намалява интереса към социалните мрежи.

Въпреки всички опасения относно поверителността, които съпътстват използването на социалните мрежи, изследванията показват, че без информационните оповестявания в профилите и други приложения на социалните мрежи, включително статуси, коментари и др., потребителите са по-малко склонни да натрупват ползи. Както се посочва от Елисън и др. (2010) информацията, предоставена в профили на социалните мрежи спомага да се намалят пречките пред първоначалното взаимодействие и да се улесни формирането им на обща основа. Такава информация може да включва информация за контакти, на фона на данни като лични характеристики, любима музика, филми или други показатели за предпочитания и вкус и снимки. Проучванията показват, че доверието и желанието за споделяне на информация са по-високи в сайт, който изисква действителните самоличности (Дуайър, 2007) като Facebook, отколкото тези, които не изискват като MySpace. Това означава, че участието с истинските имена и самоличности, увеличава доверието у индивидите и спокойствието относно другите участници. Така достъпът до информация за самоличност поддържа формирането на взаимодействия – улеснява поддържането на съществуващи връзки и успокоява потребителите, подтиквайки ги да търсят нови контакти в социалните мрежи.

В почти всички изследвания върху социалния капитал, за да се измери се използват генератори на име, позиция и ресурси. Повечето изследвания не измерват директно социалния капитал, а по-скоро неговите резултати. Много проучвания продължават да разглеждат социалния капитал като конгломерат от своите предшественици и резултати включително доверие, алтруизъм, привързаност, общност, гражданското участие, социална подкрепа и социално сближаване (Woolcock, 1998). Една мярка, съчетаваща редица конструкции в нова мярка на "социалния капитал", е особено разпространена – Скали на интернет социалния капитал (ISCS) (Williams, 2006). Работата на Елисън, Стайнфил и Ламп (2007) е една от първите, в която се използва ISCS.

Важен въпрос е може ли социалният капитал да се генерира от онлайн инструменти. В изследването на Ламп, Стайнфийлд и Елисън (2007) Facebook се използва като изследователски контекст, за да се определи дали офлайн социалният капитал може да се генерира от онлайн инструменти. В случайна извадка<sup>8</sup> от 800 студента от Мичиганския държавен университет 94% от тях са членове на Facebook. Членовете на Facebook докладват между 10 и 30 минути средно използване на Facebook всеки ден и съобщават, че имат между 150 и 200 приятели. Това, че почти всички Facebook потребители включват името си или гимназията в своя профил (96%), показва, че поддържането на връзки с бивши съученици в гимназията е силна мотивация за използване на Facebook. Не е изненадващо, че 97% посочват, че приятелите им от гимназията са виждали техния профил. Деветдесет процента и повече също съобщават, че други приятели, както и хора в класове им биха разгледали профила им, допълнително предполага офлайн компонент към Facebook ползването. Основната причина да се използва Facebook сред студентите е, за да се поддържа връзка с приятелите от офлайн средата. Но сред по-новите членове, които са се присъединили, се забелязва тенденцията да търсят нови запознанства в мрежата. Facebook дава възможност на студентите да съберат на едно място приятелите от училище (старите приятели), новите и потенциалните приятели и познати (възможността да се запознаеш с някого в Facebook, което се случва постоянно). Поради възможността за съчетаване на двете дейности поддържане и затвърждаване на вече съществуващи връзки в офлайн средата и създаване на нови запознанства на база общи интереси (без значение географското положение) Facebook е идеален пример за създаването на социален капитал чрез социалните мрежи.

Някои видове Facebook ползване могат да помогнат на студентите да натрупват и поддържат свързващия социален капитал. Тази форма на социален капитал, тясно свързана с понятието „слаби връзки” - изглежда много подходяща за социални софтуерни приложения, както е предложено от Дона Бойд (2004), тъй като тя дава възможност на потребителите да поддържат такива връзки евтино и лесно.

Facebook може да направи по-лесно конвертирането на латентни връзки в слаби, тъй като предоставя лична информация за други лица, прави връзките видими за един широк кръг от хора и дава възможност на учениците да идентифицират тези, които могат да бъдат полезни в някакъв капацитет, с което се осигурява мотивация

---

<sup>8</sup> Ellison N., Steinfield C., Lampe C., (2007), *The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites*

да се активира латентна връзка. Тези слаби връзки могат да предоставят допълнителна информация и възможности, които се изразяват в размерите на преодоляването на социалния капитал, което говори за взаимодействие с широк кръг от хора и по-толерантни перспективи, които би могло да ги насърчат.

По-малко интензивните потребители на Facebook, които отбелязват ниска удовлетвореност от живота в Мичиганския университет, съобщават, че имат много по-нисък обединяващ социален капитал, отколкото тези, които използват Facebook по-интензивно. Същото е вярно и за самочувствието. От друга страна има малка разлика в преодоляването на социалния капитал сред тези, които са съобщили висока удовлетвореност от живота в Мичиганския университет и високо самочувствие в сравнение с интензивността на Facebook използването. Едно обяснение, което дават авторите на изследването в съответствие с тези ефекти на взаимодействие е, че Facebook използването може да бъде полезно за преодоляването на пречките пред които са изправени студенти, които имат ниска удовлетвореност и ниско самочувствие, защото преодоляването на социалния капитал осигурява ползи като например увеличаване на информацията и възможностите. Потребителите с ниско самочувствие не биха имали възможността да увеличат социалния си капитал в офлайн среда, която социалните мрежи им дава. Липсата на лице в лице взаимодействие и в същото време възможността за комуникация с всеки дава повече увереност на тези потребители, тъй като се чувстват сигурни зад монитора на компютъра. На база на това се предполага, че участниците, които използват Facebook по този начин, са в състояние да извлекат повече опит от своя колеж т.е. участието на потребителите с истинските им имена спомага за увеличаването на социалния капитал.

Студентите, които използват Facebook могат да се възползват от предимствата на тази разширена социална мрежа под формата на представяне на нови и разнообразни идеи, информация и хора. В същото време социалните мрежи могат да допълнят отношенията между близки приятели, като създават допълнителни начини на комуникация, като по този начин се разширява обвързващия социален капитал. При разглеждане на приятелството и социалния капитал в социалните мрежи е важно да се отбележи, че концепцията за него не е обвързана с близки приятелства и изисква само една връзка, за да съществува между двама души в една мрежа.

Насочената комуникация има потенциал да подобри опита както на обвързващия, така и при свързващия социален капитал в продължение на две концептуално различни, макар и емпирично взаимосвързани причини: съдържанието на съобщението и силата на връзката с партньора по комуникация. По силата, с която са насочени към други, съобщенията един-към-един са богати на съдържание, което укрепва отношенията като самостоятелно оповестяване, подкрепа и позитивност. И предлагането и получаването на интимна информация повишава здравината на връзката. За разлика от неориентираните/ненасочените съобщения, които са в основата на пасивната консумация на социалните новини, човек чете останалите ъпдейти и публикувания на другите потребители. Следователно е по-малко вероятно да бъдат богати на връзки – да поддържат поведение, което характеризира насочената комуникация.

Въпреки, че няколко проучвания на социалните мрежи ги вземат под внимание, индивидуалните различия влияят върху това дали и как хората използват интернет и

ефектите, които оказват влияние върху тях. По-малко социално квалифицирани лица могат да гравитират към компютърно медираната комуникация<sup>9</sup>, защото тя намалява социалните граници и по този начин биха могли да спечелят повече от технологията, отколкото техните по-социално свързани връстници. Личностните компоненти като екстровертност и невротизъм са показали, че засягат нечий избор на действия в интернет и намаляват ефекта на тези дейности върху засегнатите. Повече интровертните, по-малко приятните и по-малко добросъвестните студенти прекарват повече време онлайн, отколкото техните връстници, които са екстровертни. Макар в реалната среда да имат по-малък социален капитал, онлайн социалните мрежи им позволяват да натрупат виртуален такъв, помага им да създадат нови връзки онлайн, които биха могли да преминават в лице в лице взаимодействие. Като цяло онлайн каналите позволяват по-голям контрол на самостоятелно представяне в подкрепа на проекция на идеалната самоидентификация. Социалните мрежи дават свобода и спокойствие на индивидите и увеличават социалните връзки и взаимодействия както на интровертите, така и на екстровертите. Каплан (2001) установява, че някои индивиди с тревога за самостоятелното си представяне предпочитат взаимодействието онлайн, защото се чувстват „по-безопасно, по-ефикасни, по-уверени и по-удобно”.

Все повече изследвания са насочени към различните видове потребителско поведение в социалните мрежи. Бърк, Краут и Марлоу (2011) изследват поведението - както е записано в сървърните логове - и неговото въздействие върху социалния капитал, до голяма степен, защото мотивацията и действителното поведение рядко са толкова чисто свързани. Разглеждат се три типа потребителско поведение: насочена комуникация с приятели; пасивно потребление на социални новини (четене на чужди updates (ъпдейти)) и излъчване (писане на updates (ъпдейти) за другите).

За да се анализира връзката между дейността в социалните мрежи, индивидуалните различия и социалния капитал, са анкетирани Facebook потребители през юли 2009 г. и отново през март 2010 г. Елисън и др. (2010), оценявайки нивата на социален капитал и употребата на Facebook от студенти, установяват, че нивото на употреба на Facebook е свързано с техните нива на социален капитал.

От трите вида социална ангажираност, предоставени от социалните мрежи, само тези, които са насочени човек към човек се свързват с повишаване на свързващия социален капитал. Facebook потребителите формулират набор от взаимно приемливи връзки при взаимоотношенията си, но тези връзки не се равняват директно със свързващия социален капитал. За да носят стойност връзките като препоръката за работа, човек трябва да е наясно, че връзката има ресурс и може да го поиска от нея. Чрез насочената комуникация, приятелите пазят канала за взаимодействие отворен, като периодично поддържат връзката. Докато неориентираните предавания и пасивната консумация могат да се отразят на знанията на ресурсите на приятелите си, те не развиват директно отношения си и не позволяват на познати да поискат помощ помежду си.

На пръв поглед липсата на връзка между Facebook ползването и обвързващия

---

<sup>9</sup> Терминът компютърно медираната комуникация се отнася до задачите, свързани с и междуличностна комуникация, провеждани от компютър.

социален капитал е изненадваща. По-ранни изследвания демонстрират, че връзка съществува и че честите потребители на Facebook са склонни да имат натрупан голям обвързващ социален капитал, както и използването на сайта не директно увеличава стойността на тези взаимоотношения. Медийната мултиплексност може да обясни тази констатация: индивидите вече са склонни да общуват с най-близките си приятели чрез множество канали, включително и лице в лице. Facebook е един от компонентите в една разнообразна екология на комуникационни канали за силни връзки. Съпрузите и съквартиранти знаят за живота на другия, защото те се виждат един друг всеки ден и не се нуждаят от Facebook, за да поддържат връзка, колкото географски отдалечените приятели го правят. Друго обяснение е, че обвързващия социален капитал може да бъде генериран чрез един единствен добър приятел, на който може да се разчита във време на нужда, и така обвързването е по-малко чувствително към количеството комуникация. Facebook не може да засили вече стабилните взаимоотношения, но може да се увеличи стойността на по-малко силните и зараждащите се отношения.

Елисън, Стайнфилд и Ламп (2008) обявяват данни от изследване<sup>10</sup> (450), които обясняват как студентите използват сайта, както и капиталовите последици от тези социални комуникационни практики. Респондентите са помолени да посочат каква е вероятността да участват в редица възможни поведения с три типа индивиди: напълно непознат, някой от общежитието и близък приятел. Чрез факторния анализ се идентифицират три различни вида поведение: Инициране; Поддържане; Търсене на информация. Информационната стратегия за търсене на връзка е значителен предиктор за свързващия и обвързващия социален капитал. Забелязват се две тенденции: използването на Facebook от студентите в извадката е свързано с по-високи нива на свързващия и обвързващия социален капитал и Facebook използва приложения, за да създаде тези придобивки в социалния капитал, което предполага причинно-следствена връзка и потребителите са по-склонни да използват сайта, за да се свържат със съществуващите си приятели, далечни познати или латентни връзки, отколкото за да се срещнат с нови хора. Освен това използването на сайта, за да се събере повече информация за хората, с които потребителите имат някакъв вид офлайн връзка е значителен фактор за генерирането му.

В изследване на Малказиян (2013) за социалния капитал в социалните мрежи сред потребителите на Facebook над 18 годишна възраст се установява, че той е неизменна част от ежедневието на потребителите. Резултатите потвърждават вече разгледаните изследвания, като те се отнасят не само до студентите. По-голямата част от потребителите използват социалната мрежа, за да поддържат връзка с близки/приятели в чужбина и/или да затвърждават вече създадени взаимоотношения. Не са изключение и потребителите, които създават нови контакти чрез Facebook – 15% от потребителите, които имат повече от 500 приятели, комуникират с хора, с които са се запознали в Facebook ежедневно. Като при тези потребители е по-често срещана два вида комуникация както с настоящи приятели, така и хора, с които са се запознали онлайн.

---

<sup>10</sup> Ellison N., Lampe C., Steinfield C., Vitak J., (2011), With a Little Help From My Friends, in A Networked Self, Routledge

Facebook увеличава участието на потребителите в различни граждански и политически групи и общности, макар некачествената информация да понижава бройката на потребителите. Освен това голяма част от потребителите потвърждават ползите от своите онлайн връзки: емоционална, социална и информационна помощ.

Тези данни показват, че социалните мрежи разширяват близостта на социални процеси като позволява на тези, които са формирали отношения чрез физическа близост, но в последствие са я изгубили, да я възстановят. Социалният капитал се вражда в структурата на социалните мрежи и местонахождението на лица в рамките на тези структури. Освен това могат да укрепят връзките, образувани чрез близост. А личната информация помага намирането на обща основа.

С появата на YouTube разпространението на потребителско създадено видео става по-лесно от всякога. В редица изследване върху YouTube се установява, че се създава чувство на общност у потребителите. Макар да не е традиционна виртуална социална мрежа, YouTube съчетава някои от нейните характеристики с възможността за споделянето на потребителско създадено съдържание (най-често видео). Грюневалд и Хаупт (2014) изследват създаването на социален, културен и икономически капитал от YouTube-рите, музикантите и търговските мрежи (чрез дълбочинни интервюта). Интересно откритие е, че изпълнителите, които участват в изследването приемат потребителите в YouTube като пасивна публика т.е. не търсят комуникация и създаване на връзки с тях. Но нещата не стоят по същия начин, когато става въпрос за изпълнителите на ниско ниво и за YouTube-рите, които търсят начин за контакт и да се превърнат в част от мрежата на някой по-влиятелен. Като всичко това се прави заради възможните „облаги“ от създаването на връзка с някой по-влиятелен. В него създаването на взаимодействия и връзки става не само чрез коментари или съобщения, но и чрез споделяне на собственооръчно направени видеоклипове, филми и чрез видео блоговете (наследници на блоговете). Те са нови и много мощни средства за представяне на потребителите и създаване на контакт с хора извън нечий кръг, по-много по-различен начин от традиционните виртуални социални мрежи. По този начин се създават множество нови общности и връзки с различни потребители. Това само потвърждава мнението, че YouTube е изцяло нов феномен, предоставящ множество възможности и предизвикателства пред изследователите, особено когато ства дума за социалния капитал.

## **5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Виртуалните социални мрежи не само спомагат за поддържането на съществуващите, но и за създаването на нови връзки, създавайки и виртуален социален капитал (основно в случаите на интроверти и потребители с ниско самочувствие), който би могъл да премине в лице в лице взаимоотношения. Разглеждането на социалните мрежи като част от интегриран набор от комуникационни дейности може да доведе до нови изследователски въпроси като например как различни видове взаимодействия в социалните мрежи засягат онлайн комуникация между мрежа от приятели. Освен това е налице необходимост от подобряване на измерване на социалния капитал. Съществуващите инструменти могат да бъдат разширени, за да се измерят реалните ползи, а не досегашната насоченост на скалите, които подчертават потенциала за бъдещи ползи. Би било

полезно да се разширят изследванията и към YouTube, който предоставя много нови възможности и засилва чувството за общност у индивидите. Използването и въздействието на онлайн сайтове на социални мрежи е жизненоважна нова изследователска област, която ще продължава да расте.

## 6. ЛИТЕРАТУРА

- Стоилова В. (2012). Човекът и неговият социален капитал, [www.unwe.bg/.../Yearbook\\_2012](http://www.unwe.bg/.../Yearbook_2012)
- Фотев Г., (2004). Диалогична социология, София: Изток-Запад
- Bourdieu P. (1986). 'The Forms of Capital', in Richardson, John G., ed., Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, New York: Greenwood.
- Donath J. (2007). Signals in social supernets. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 12.
- Donath, J., Boyd D. (2004). Public displays of connection. BT Technology Journal, 22(4), 71–82.
- Boyd D. (2004). Friendster and publicly articulated social networking. CHI 2004 Proceedings, 1279–1282
- Boyd D., Ellison N. (2007). Social networking sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210–230
- Burke M., Kraut R., Marlow C. (2011). Social Capital on Facebook: Differentiating Uses and Users. CHI '11 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 571-580
- Burt R. (2000). The network structures of social capital, Research in Organizational Behaviour, 22, 345-423
- Caplan S. E. (2001). Challenging the mass-interpersonal communication dichotomy: Are we witnessing the emergence of an entirely new communication system?. Electronic Journal of Communication, 11(1)
- Christoforou A., Davis J. (2014). Social Capital and Economics: Social Values, Power and Social Identity. Abingdon: Routledge
- Cummings J., Lee J., Kraut R. (2006). Communication technology and friendship during the transition from high school to college. In R. E. Kraut, M. Brynin, & S. Kiesler. Eds. Computers, Phones, and the Internet: Domesticating Information Technology (pp. 265–278). New York: Oxford University Press
- Coleman J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. American Journal of Sociology, 94, 945-1558
- Dwyer C, Hiltz S., Passerini K. (2007). Trust and privacy concern within social networking sites: a comparison of facebook and MySpace. Proceedings of the Americas conference on information systems 2007, AIS, Keystone
- Ellison N, Lampe C, Steinfield C, Vitak J. (2006). Spatially Bounded Online Social Networks and Social Capital: The Role of Facebook, e Annual Conference of the International Communication Association (ICA), June 19-23, 2006 in Dresden: Germany
- Ellison N., Steinfield C., Lampe C., (2007). The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. Journal of Computer-Mediated Communication, 12 (4)



- Ellison N., Lampe C., Steinfield C., Vitak J. (2010). With a little help from my friends: how social network sites affect social capital processes. In Papacharissi Z. (ed) *The networked self: identity, community, and culture on social network sites*. New York: Routledge
- Fukuyama F. (1997). *Social Capital. The Tanner lectures on human values*. Oxford: Brasenose College
- Granovetter M. (1973). The strength of weak ties, *American Journal of Sociology*, 78 (6)
- Gross R., Acquisti A. (2005). Information Revelation and Privacy in Online Social Networks (The Facebook case), Pre-proceedings version, ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society (WPES)
- Grünewald L., Haupt J. (2014). Value Creation on YouTube - How Musicians, YouTubers and Commercial Networks Create Social, Cultural and Economic Capital, available at [www.academia.edu](http://www.academia.edu)
- Hanifan, L. J. (1916), *The Rural School Community Center*, *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis W. (1998). Internet paradox. A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?, *American Psychologist*, 53
- Haythornthwaite C. (2005). Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication & Society*, 8, 125–147
- Lin, N. (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*, Cambridge, Cambridge: University Press
- Malkhasyan A., (2013). *Hidden Value: Exploring Social Capital in Online Social Networks*, Grants to Support Social Science and Policy, available at [http://www.crrc.am/hosting/file/\\_static\\_content/fellows/fellowship12/Final%20Paper\\_Anna%20Malkhasyan.pdf](http://www.crrc.am/hosting/file/_static_content/fellows/fellowship12/Final%20Paper_Anna%20Malkhasyan.pdf)
- Marx K. (1887), *Capital. A Critique of Political Economy, Volume I, English Edition*, London: Progress Publishers
- Nie N. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the internet. Reconciling Conflicting Findings, *American Behavioral Scientist*, 45 (3)
- Padgett J.F., Ansell C.K. (1993). Robust action and the Rise of the Medici, *American Journal of Sociology*, 98 (6)
- Papacharissi Z. A. (2011). *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social. Network*: Routledge
- Portes, Alejandro. 1998. "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology," *Annual Review of Sociology* 24, pp. 1-24.
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York: Simon and Schuster
- Rheingold H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, Cambridge: MIT Press
- Resnick P. (2001). "Beyond Bowling together: Sociotechnical Capital", in: Carroll J. (Ed.) *HCI in the New Millenium*. Boston MA: Addison-Wesley
- Smith A. (1776). *The Wealth of Nations*, London: Methuen & Co
- Steinfeld C., Ellison, N., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*

- Valenzuela S., Park N., Kee K. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, (4)
- Wellman B., Haase A. Q., Witte J., Hampton K. (2001). Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital?, *Research Bulletin, Centre for Urban and Community Studies*
- Williams D. (2006). On and off the 'Net: Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11
- Woolcock M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework, *Theory and Society*, 27