

Оригинальная статья

УДК 316.77

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2023-9-1-69-83>

Виртуальный социальный капитал молодых ученых

Екатерина Александровна Поддячая

Новосибирский государственный университет экономики и управления,

Новосибирск, Россия,

katepo2d@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2490-9377>

Введение. Статья посвящена изучению того, как ученые формируют в Интернете свой социальный капитал. В академической среде всегда высоко оценивалось его значение, однако тема «оцифровки» социального капитала остается слабо раскрытой в современных исследованиях. Цель статьи заключается в том, чтобы оценить опыт формирования виртуального социального капитала молодыми учеными.

Методология и источники. Методологической базой для исследования стали работы «классиков» в области социального капитала (П. Бурдье, Р. Патнema, Дж. Нахапieta) и тех современных ученых, кто сейчас формирует теорию виртуального социального капитала (Н. Эллисон, С. Стейнфилд, С. Лэмп) и закладывает принципы его измерения (К. Лин, Д. Уильямс, С. Чиу). Опрос методом анкетирования был проведен в январе–апреле 2022 г. Эмпирической базой стало исследование молодых ученых НГТУ (аспиранты, кандидаты наук до 35 лет, доктора наук до 45 лет и сотрудники без степени до 35 лет, занимающиеся научно-исследовательской или научно-педагогической деятельностью). Выборочная совокупность при N = 361 составила 186 респондентов. Тип выборки – стратифицированная, с квотированием по факультетам.

Результаты и обсуждение. Результаты исследования показывают, что молодые ученые в большей степени переносят в онлайн-среду паттерн офлайн-поведения, где в академических сообществах важны научные достижения и академические связи. Респонденты формируют виртуальный социальный капитал закрытого типа, переносят в интернет-пространство существующие сети академических связей, в большей степени используют академические интернет-платформы для самопрезентации и поиска информации, демонстрируют асимметричную модель поведения, игнорируя нормы взаимности при распределении ресурсов внутри социальной группы.

Заключение. При всех технологических возможностях, социальных предпосылках и ожидаемых выгодах от формирования виртуального социального капитала молодые ученые с осторожностью и не в полной мере реализуют имеющийся в интернет-среде потенциал для его увеличения и использования в научной деятельности.

Ключевые слова: виртуальный социальный капитал, молодые ученые, академические социальные сети

Для цитирования: Поддячая Е. А. Виртуальный социальный капитал молодых ученых // ДИСКУРС. 2023. Т. 9, № 1. С. 69–83. DOI: 10.32603/2412-8562-2023-9-1-69-83.

© Поддячая Е. А., 2023



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

Virtual Social Capital of Young Academics

Ekaterina A. Poddyachaya

*Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russia,
katapo2d@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2490-9377>*

Introduction. The article is devoted to the study of the formation by scientists of their social capital on the Internet. The importance of social capital has always been highly appreciated in the academic environment, however, the “digitization” of social capital as a phenomenon remains poorly disclosed. The purpose of the article is to explore how do young scientists form virtual social capital.

Methodology and sources. The methodological basis for the study is formed by “classics” in the field of social capital (P. Bourdieu, R. Putnam, J. Nahapieta) and those modern scientists who have been forming the theory of virtual social capital (N. Ellison, S. Steinfeld, S. Lamp) and have been laying down principles of its measurement (K. Lin, D. Williams, S. Chiu) for the last few years. The questionnaire survey was conducted in January–April 2022. Young scientists of Novosibirsk State Technical University (graduate students, candidates of science up to 35 years old, doctors of science up to 45 years old and employees without a degree up to 35 years old, engaged in research or scientific and pedagogical activities) became the empirical base. The sample with N = 361 was 186 respondents.

Results and discussion. The results of the study show that young scientists are more likely to transfer the offline behavior pattern to the online environment, where scientific achievements and academic connections are important in academic communities. Respondents form a virtual social capital of a closed type, transfer existing networks of academic connections to the Internet space, use academic Internet platforms to a greater extent for self-presentation and information search, demonstrate an asymmetric behavior pattern, ignoring the norms of reciprocity in the distribution of resources within a social group.

Conclusion. With all the technological opportunities, social prerequisites and expected benefits from the formation of virtual social capital, young scientists are cautious and do not fully realize the potential available in the Internet environment for its increase.

Keywords: virtual social capital, young academics, academic social networks

For citation: Poddyachaya, E.A. (2023), “Virtual Social Capital of Young Academics”, *DISCOURSE*, vol. 9, no. 1, pp. 69–83. DOI: 10.32603/2412-8562-2023-9-1-69-83 (Russia).

Введение. С момента появления концепции социального капитала в 80-х гг. XX в. ученые начали говорить о его значении для академической среды как явления, объясняющего особенности коммуникации, и основы формирования академических сообществ. Примерно на это же время приходится старт развития инфраструктуры и роста аудиторного состава Интернета. Однако о том, что в виртуальном пространстве тоже может формироваться социальный капитал, заговорили значительно позже, когда стало очевидно, что на имеющихся интернет-платформах могут существовать и развиваться социальные структуры, отношения и процессы. Изначально риторика исследователей содержала негативные оценки влияния Интернета на социальный капитал: «кибер-пессимисты» считали, что Интернет сокращает социальный капитал за счет того, что отвлекает людей от офлайн-общения [1, р. 437].

Впоследствии риторика сдвинулась в сторону идей о положительном влиянии Интернета на социальный капитал в контексте преодоления географических, языковых, культурных различий и препятствий.

Появившиеся неспециализированные и академические интернет-платформы позволили ученым перенести практически все виды профессиональной деятельности в Интернет. Интернет-ресурсы дополняют коммуникационную инфраструктуру научной среды и формируют виртуальное социальное пространство ученых. Это придало новый импульс изучению социального капитала применительно к научной сфере. Однако очевидно, что цифровой характер коммуникации, многоплатформенность присутствия и прочие особенности отразились на том, как в Интернете формируется социальный капитал и какими характеристиками он обладает. Исследование особенностей формирования виртуального социального капитала ученых актуально и значимо на разных уровнях. На макроуровне виртуальный социальный капитал является основой стабильного и долгосрочного существования системы социально-коммуникативных связей в академической среде в условиях подвижной инфраструктуры интернет-платформ, геополитических трансформаций и идей открытой безбарьерной науки. На микроуровне виртуальный социальный капитал связан с академической мобильностью отдельных ученых, их доступом к ресурсам. В исследованиях виртуального социального капитала возраст, академический статус, научная область, принадлежность к организации упоминаются как переменные, влияющие на его формирование. При этом ни в зарубежной, ни в отечественной исследовательской практике не изучается специфика формирования виртуального социального капитала на такой социальной общности, как молодые ученые.

Данное исследование направлено на то, чтобы разработать и протестировать исследовательский инструментарий, при помощи которого можно будет изучить особенности формирования социального капитала молодых ученых в интернет-среде. Виртуальный социальный капитал молодых ученых играет важную роль в их интеграции в академическое сообщество, что влияет на старт научной карьеры, закладывает поведение, способствующее повышению индивидуальной продуктивности, карьерному росту, доступу к ресурсам академического сообщества, а на уровне государства и научной организации способствует воспроизводству эффективных и вовлеченных научных кадров, реализации идей открытой безбарьерной науки, равного доступа к информации, преодоления информационного неравенства. Молодые ученые по возрастному критерию являются активными пользователями Интернета и обучались этому на всех уровнях своего образования. Исследовательский интерес к выбранной социальной общности связан с желанием выяснить, насколько эффективно молодые ученые используют свои цифровые компетенции и опыт для формирования академического социального капитала в Интернете.

Методология и источники. Исследователи виртуального социального капитала, которые считают, что интернет-среда является лишь каналом коммуникации и не добавляет социальному капиталу новых свойств и характеристик, развивают свои концепции на основных положениях теорий П. Бурдье, Р. Патнема, Дж. Нахапиета. Такой традиционный подход позволяет без адаптации заимствовать у «классиков» теории социального капитала и определение, и методы измерения. В частности, П. Бурдье на индивидуальном уровне понимал социальный капитал как «совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных

с обладанием устойчивой сетью более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания – иными словами, с членством в группе» [2, с. 66].

Р. Патнем заложил традицию в типологизации социального капитала, в основе которой лежит идея о том, что социальный капитал складывается в результате преодоления разрывов в социальных сетях через слабые связи или в результате укрепления внутригрупповых сильных связей [3]. Кроме типов связей вид социального капитала определяется такими характеристиками, как частота взаимодействия, однородность состава участников социальной сети. Комбинация этих характеристик дает представление о разных видах социального капитала: в сетях с формальными крепкими связями формируется социальный капитал закрытого типа (*bonding social capital*, или связующий социальный капитал), а в сетях с неформальными слабыми связями – социальный капитал открытого типа (*bridging social capital*, или соединяющий социальный капитал).

Дж. Нахапет и С. Гошал сгруппировали такие элементы социального капитала, как доверие, нормы, ценности, убеждения, и ввели традицию выделять три формы социального капитала в зависимости от доминирующих элементов: структурную, реляционную и когнитивную [4, р. 248].

Однако все чаще ученые отказываются от идей автономного существования онлайн и офлайн социальных пространств и развивают идеи взаимной дополняемости и взаимного влияния офлайн- и онлайн-пространств. Виртуальный социальный капитал – это совокупность реальных или потенциальных ресурсов, заложенных в сети отношений, которые формируются и поддерживаются индивидами на социотехнических интернет-платформах (сайтах социальных сетей, в мессенджерах). Социальный капитал приобретает в Интернете дополнительные характеристики, обеспеченные особенностями виртуального социального пространства. В Интернете появились новые типы связей (латентные или скрытые), новый тип социального капитала – «поддерживающий» [5, р. 1155]. Основные труды, раскрывающие данные идеи, принадлежат Н. Эллисон, С. Стейнфилду, С. Лэмпку [6]. Современные исследователи считают, что социальный капитал онлайн по отношению к офлайн можно охарактеризовать как медиатизированный, многомерный и более зависимый от информации [7, с. 101].

Исследовательский опыт упомянутых авторов показал, что можно измерять «объективный» или/и «воспринимаемый» виртуальный социальный капитал. Оценка объективного социального капитала происходит через измерение автоматически собранных серверных данных об интернет-пользователях и их поведении. Оценка воспринимаемого социального капитала происходит через измерение субъективного восприятия индивидом элементов его социального капитала. Такое разделение оправдано, потому что в природе виртуального социального капитала сильной является его социально-психологическая составляющая, и только лишь объективными серверными данными ее сложно зафиксировать. Измерение воспринимаемого виртуального социального капитала остается актуально еще и потому, что «путем механического сложения индивидуальных уровней социального капитала невозможно оценить социальный капитал группы или общества как единой системы» [8, с. 4].

В данном исследовании производилось измерение только «воспринимаемого» виртуального социального капитала. Это произошло из-за того, что в исследовании ставились

задачи измерить совокупный виртуальный социальный капитал общности, которая присутствует на разных интернет-платформах. Пока нет возможности получать достоверные кросс-платформенные данные об интернет-пользователях и их поведении из-за различающегося функционала каждой интернет-площадки, разных наборов данных и методик их сбора. В таких условиях измерение воспринимаемого виртуального социального капитала позволяет оценить общие принципы поведения в ситуации многоплатформенности и подвижного ландшафта интернет-платформ, а измерение «объективного» виртуального социального капитала возможно применять только к отдельной интернет-платформе. В условиях разнообразия социальных интернет-платформ, законодательных изменений приоритетным становится изучение (особенно в долгосрочной перспективе) воспринимаемого виртуального социального капитала, так как он может показать заложенные индивидуальные паттерны поведения ученого в Интернете по отношению к своему социальному капиталу, в частности, насколько гибко и быстро молодые ученые могут адаптироваться к новым условиям.

Анализ опыта измерения виртуального социального капитала на индивидуальном уровне показал, что в современной практике существует большое разнообразие методик измерения социального капитала либо через компоненты (вовлеченность в социальные сети, взаимность, доверие, социальные нормы, социальная активность), либо через комплексные опросные модели, например, трехкомпонентную модель социального капитала К. Лина [9], шестикомпонентную модель С. Чиу [10]. Часто именно эти модели без адаптации используются для измерения виртуального социального капитала. Исключением является авторская двухкомпонентная модель Д. Уильямса, который разработал инструментарий, фиксирующий социальный капитал открытого (bridging) и закрытого (bonding) типа обособленно для офлайн- и онлайн-сред [11].

Данные модели позволяют с разной степенью детализации оценить виртуальный социальный капитал на определенных интернет-площадках или для специфических социальных общностей. Соотношение содержания опросных моделей схематически представлено на рис. 1.

Трехкомпонентная модель К. Y. Lin (2011)	Шестикомпонентная модель С.-М. Chiu (2006)	Модель D. Williams (2006)
взаимодействие	взаимодействие	онлайн
доверие	доверие	социальный капитал закрытого типа
разделяемые ценности	ожидание	социальный капитал открытого типа
	идентификация	офлайн
	язык	социальный капитал закрытого типа
	общие взгляды	социальный капитал открытого типа

Рис. 1. Опросные модели, измеряющие виртуальный социальный капитал

Fig. 1. Survey models measuring virtual social capital

При разработке инструментария данного исследования были учтен опыт упомянутых авторов, а разработанные ими опросные модели использованы с адаптацией под особенности академической среды и возможности Интернета как пространства профессиональной деятельности и коммуникации молодых ученых. Оценка таких элементов, как характер взаимодействия, доверие, общий язык и взгляды, идентификация и ожидания, важна для определения вида формируемого виртуального социального капитала и стратегий его формирования. Дополнительно был включен блок вопросов, оценивающих представленность и активность молодых ученых на академических и неспециализированных интернет-сервисах в рамках научной деятельности. Учитывая многоплатформенность академической интернет-среды, данный блок позволил выявить приоритетные площадки формирования социальных сетей ученых, рассмотреть основные виды деятельности, которые используют ученые при взаимодействии и формировании виртуального социального капитала. Вопросы о социально-демографических и профессиональных характеристиках респондентов использовались для того, чтобы выявить зависимые переменные при формировании виртуального социального капитала определенного вида.

Тестирование инструментария проводилось на базе Новосибирского государственного технического университета в январе–апреле 2022 г. Эмпирической базой исследования стали молодые ученые следующих групп: аспиранты всех лет обучения, ППС без ученой степени в возрасте до 35 лет, ППС со степенью кандидата наук в возрасте до 35 лет и ППС со степенью доктора наук в возрасте до 45 лет. Генеральная совокупность для проведения опроса с участием ППС и аспирантов НГТУ на момент проведения исследования составила 361 чел. Для проведения репрезентативного исследования была определена выборочная совокупность в количестве 186 чел. (погрешность 5 %). Тип выборки – стратифицированная, с квотированием по факультетам. Обработка данных, полученных количественным методом, осуществлялась с помощью программы «SPSS».

Результаты и обсуждение. Согласно результатам опроса соотношение мужчин и женщин в исследовании примерно одинаковое (51 % и 49 % соответственно). Распределение респондентов по академическому статусу показало, что наибольший сегмент – это молодые ученые без научной степени (67,7 %). Доля кандидатов наук составляет 28 %, а докторов наук – 4,3 %. Наибольший сегмент по научной области сформирован представителями технических наук (50 %), что соответствует профилю вуза. Доля представителей общественных наук – 21 %, естественных наук – 18 %, а гуманитарных – 11 %. Средний возраст респондентов – 30 лет.

Представленность и активность молодых ученых в Интернете. Далее рассмотрим результаты количественного анализа присутствия молодых ученых на специализированных и неспециализированных интернет-площадках. Заранее необходимо отметить, что в других исследованиях состава академической интернет-аудитории выявлялось, что молодые ученые не являются ни самым многочисленным, ни самым активным сегментом, проявляя сдержанность в поведении [12, с. 128]. Этот факт противоречит устойчивому представлению, что более молодые поколения легче, быстрее и качественнее осваивают доступные интернет-технологии и интернет-сервисы. В данном исследовании стояла задача подтвердить эти результаты, для чего был оценен аудиторный состав академических интернет-платформ.

На рис. 2 показано, какими социальными интернет-платформами пользуются молодые ученые НГТУ с разной частотой для поддержания профессиональных связей.

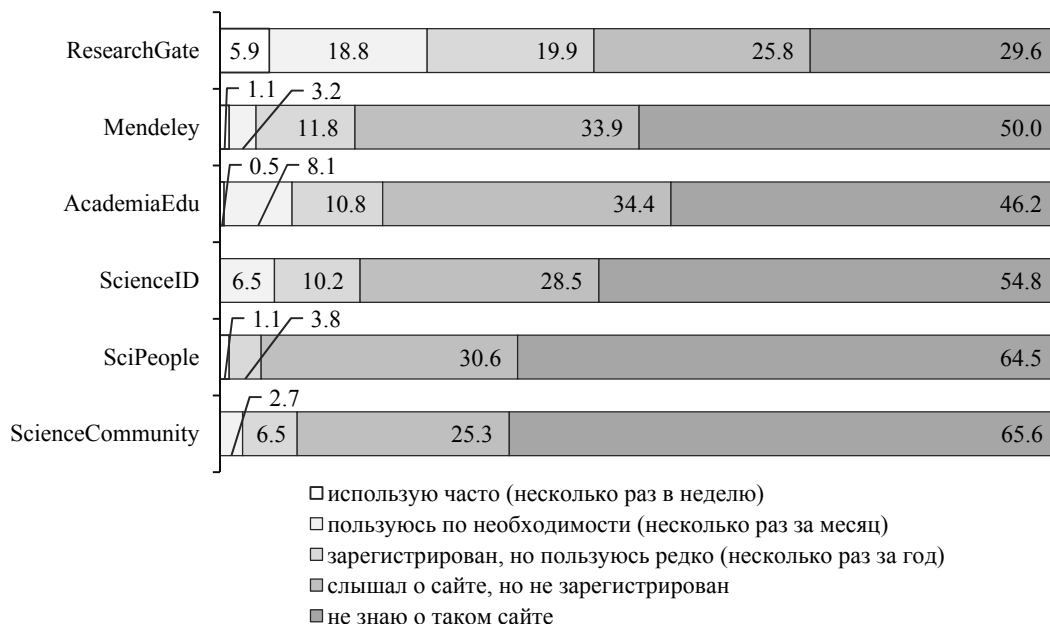


Рис. 2. Использование академических интернет-платформ молодыми учеными НГТУ (%)

Fig. 2. Academic Internet platforms used by young scientists of NSTU (%)

Молодые ученые больше всего осведомлены о существовании и активно используют в научной деятельности сайт ResearchGate. Такие высокие показатели связаны с тем, что этот сайт индексируется поисковыми системами и используется как репозиторий научных публикаций. Также это иллюстрирует сложившуюся ситуацию, когда прикладная составляющая сайта важнее коммуникативной. Меньше всего молодые ученые НГТУ осведомлены о существовании российских академических социальных сетей.

Как показано на рис. 3, среди неспециализированных интернет-платформ сайты социальных сетей не являются приоритетными, а уступают электронной почте и мессенджерам.

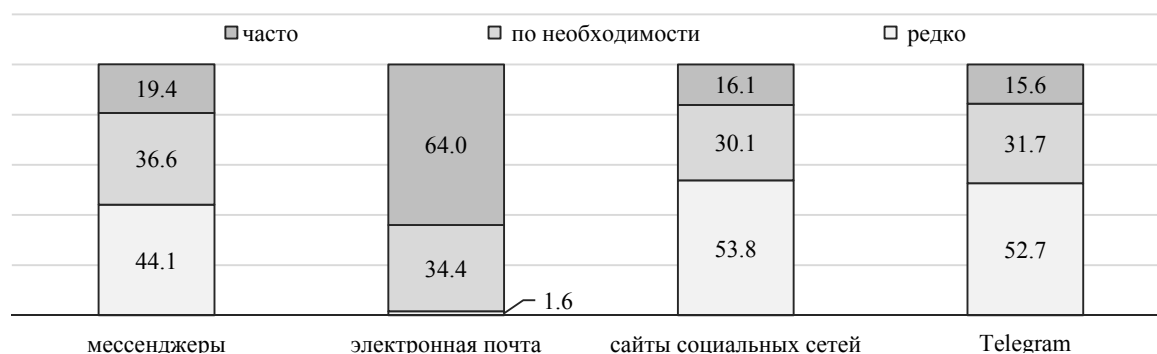


Рис. 3. Использование неспециализированных интернет-сервисов молодыми учеными НГТУ для научной деятельности (%)

Fig. 3. Non-specialized Internet services used by young scientists of NSTU for scientific activities (%)

Молодые ученые, учитывая специфику коммуникации на данных сайтах, выбирают личную прямую коммуникацию с использованием крайне традиционного для академической среды канала коммуникации – электронной почты.

Для анализа активности использования всех предложенных респондентам в опросе интернет-платформ в ходе снижения размерности методом факторного анализа было выявлено два больших компонента: специализированные академические (Mendeley, Academia.Edu, ScienceId, SciPeople, Scientific Community) и неспециализированные (сайты социальных сетей, например, ВКонтакте, мессенджеры и электронная почта). ResearchGate вошел во вторую группу: его воспринимают и используют не как академическую социальную сеть, а как универсальную интернет-платформу. Сравнение двух компонентов (их средних значений) показало, что в своей научной деятельности молодые ученые больше используют неспециализированные интернет-сервисы, чем академические интернет-платформы.

Для формирования виртуального социального капитала важно то, насколько активны молодые ученые в Интернете и какие действия они совершают. Основные поведенческие практики молодых ученых в Интернете связаны со сбором информации. Такое поведение характеризует их как «пользователей-интровертов»: они практически полностью игнорируют коммуникацию с коллегами (практикуют только 5,4 % респондентов) в пользу поиска информации о возможностях публикации статей и участия в мероприятиях (характерно для 64 % респондентов), поиска и сохранения чужих научных статей, монографий (характерно для 52,6 % респондентов).

При выявлении факторов, которые влияют на деятельность молодых ученых на академических и неспециализированных интернет-платформах, были выявлены следующие статистически значимые закономерности. Ученая степень влияет на коммуникационные практики респондентов (характерно для ученых без степени – 60 %), желание делиться своими работами, публикациями (характерно для кандидатов наук – 53 %) и искать и использовать чужие (характерно для ученых без степени – 56 %). Обнаружена связь между научной областью и использованием интернет-сервисов для проведения исследований (характерно для представителей наук технических – 44 % и общественных – 38 %) и поиска информации о возможности публикации статей и участия в мероприятиях (характерно для технических наук – 48 %). Чем «старше» молодой ученый, тем выше вероятность вступления в дискуссии и использования академических связей для проведения исследований.

Самопрезентация ученого как вид деятельности важна в Интернете для формирования социального капитала, так как позволяет идентифицировать ученого, сформировать ожидания от взаимодействия и прогнозировать его поведение. Для неспециализированных интернет-платформ первостепенен сам факт самопрезентации интернет-пользователя как ученого, а для академических платформ – характер и интенсивность самопрезентации. Как показано на рис. 4, более половины респондентов считают, что по тому, как сейчас они представлены в Интернете (на неспециализированных интернет-платформах), нельзя понять, что они связаны с наукой, хотя они используют интернет-платформы в научной деятельности, например для поиска информации, участия в интернет-сообществах.

Переменные «самопрезентационная деятельность в Интернете» и «ученая степень» являются статистически значимыми: самопрезентация ученого увеличивается по мере получения более высокого академического статуса. Это означает, что самопрезентационное поведение не является базовой характеристикой всего научного интернет-сообщества, это приобретаемый в ходе профессиональной деятельности стандарт поведения.

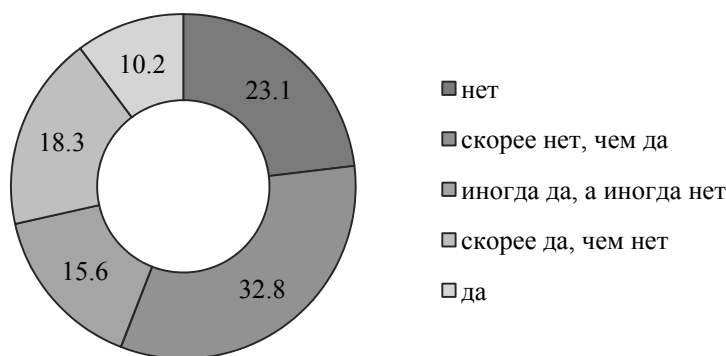


Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «По Вашим аккаунтам на сайтах многопрофильных социальных сетей можно понять, что Вы занимаетесь научной деятельностью?» (%)
Fig. 4. Answers to the question «Is it clear according to your accounts on the multidisciplinary SNS that you are engaged in scientific activities?» (%)

Вид формируемого социального капитала. Согласно одной из гипотез исследования молодые ученые формируют виртуальный социальный капитал закрытого типа. Следует отметить, что разделение на «открытый» и «закрытый» социальный капитал не стоит воспринимать по аналогии с «хороший, эффективный» и «плохой, неэффективный». Предположение основано на идее о том, что академическое сообщество является закрытым для чужаков по разным основаниям (принадлежность к научной школе, научной области или организации). Подтверждают это такие явления, как «туземная наука» [13], «академический имбридинг» [14], даже в условиях глобализации и продвигаемых ценностей открытой науки. Предположение состоит в том, что молодые ученые принимают эти правила игры ценой своего вступления и принятия в академическую среду.

Основываясь на существующих теоретических подходах для разделения социального капитала на открытый и закрытый виды, в основу расчетов показателей для каждого вида мы взяли следующие параметры: сила связи, частота общения, дублирование социальных сетей на множестве платформ, ориентация на сохранение или расширение сети связей, наличие чувства принадлежности к большим социальным общностям, практики обращения с собственными и чужими ресурсами, нормы взаимности и доверие.

Количество молодых ученых НГТУ, формирующих виртуальный социальный капитал закрытого вида (62,9 %), превышает количество молодых ученых, формирующих виртуальный социальный капитал открытого вида (37,1 %). Связи между видом социального капитала и возрастной группой, научной областью и ученой степенью являются незначимыми. Зато было найдена значимая связь ($p < 0,05$) между видом социального капитала и полом: женщины формируют социальный капитал закрытого вида, а мужчины – открытого.

Источники формирования сети и ее состав. Молодые ученые НГТУ реализуют в Интернете такое поведение, при котором источником связей для структуры виртуального социального капитала выступают офлайн-сети взаимодействий. Можно сказать, что сила офлайн-связей значительно больше онлайн-связей, она дополнительно укрепляется в интернет-среде, а все социальные интернет-платформы используются как дополнительный канал коммуникации, а не как социальная среда и пространство возможностей для расширения научных контактов.

У 55,8 % респондентов виртуальные социальные сети сформированы интернет-пользователями, чей научный статус выше их собственного, у 40,8 % – равен, а у 3,4 % ниже.

Более 60 % респондентов отметили, что круг их научного общения в Интернете составляет не более 10 чел. Размер социальной сети ученого незначительно увеличивается с возрастом и получением кандидатской степени. Переломным этапом является получение степени доктора наук. Как показано на рис. 5, у большинства респондентов круг общения формируется из офлайн-знакомых, с которыми есть постоянный контакт вне Интернета (63 %), или офлайн-знакомых, с которыми нет возможности взаимодействовать вне Интернета (29 %).

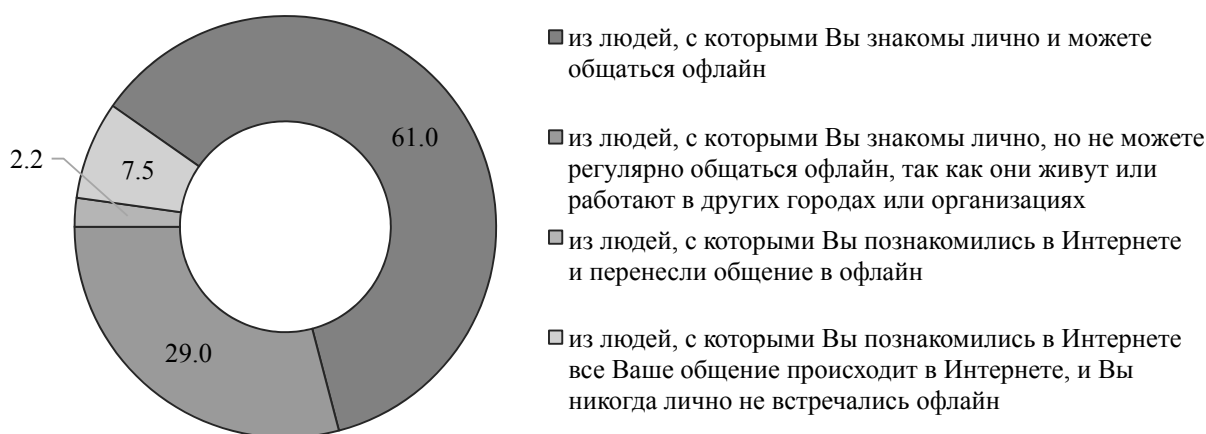


Рис. 5. Источники формирования сети связей ученых (%)
Fig. 5. Sources for the formation of scientists' network (%)

Показатель источника формирования социальной сети зависит от возраста. Молодые ученые среднего возрастного сегмента чаще остальных переносят свои социальные связи из офлайн в онлайн. Судя по размеру социальной сети, опыту офлайн-взаимодействия, соотношению статусов, молодые ученые «оцифровывают» в Интернет свою академическую офлайн-сеть, при этом этот же сегмент в большей степени осознает свою принадлежность к глобальной науке благодаря Интернету.

Анализ компонентов, которые выступают в качестве основы выстраивания отношений в Интернете, выявил, что показатели доверия к людям, ожидание взаимности находятся на высоком уровне, зависимы от показателя виртуального социального капитала. Показатель доверия важен в условиях происходящих глобальных инфраструктурных перемен, реформ, когда социальные отношения постоянно существуют в ритме маятника: от конфликтов к конвенциям и наоборот [15, с. 256]. Это доказывает наличие готовности, предрасположенности к взаимодействиям в интернет-среде. Однако при высоком уровне ожиданий взаимно выгодного поведения, многие респонденты (57 %) указали, что доверие к информации зависит от контекста и информация нуждается в перепроверке. Раздельное изучение аспектов доверия особенно важно в академической среде, поскольку специфично в отношении разных объектов: информации, людей, аккаунтов, интернет-сообществ и так далее [16, с. 265].

Кроме построения эго-сетей, современные социальные интернет-платформы позволяют ученым создавать сообщества или вступать в них. На рис. 6 показано распределение ответов на вопрос о том, в каких интернет-сообществах состоят респонденты.

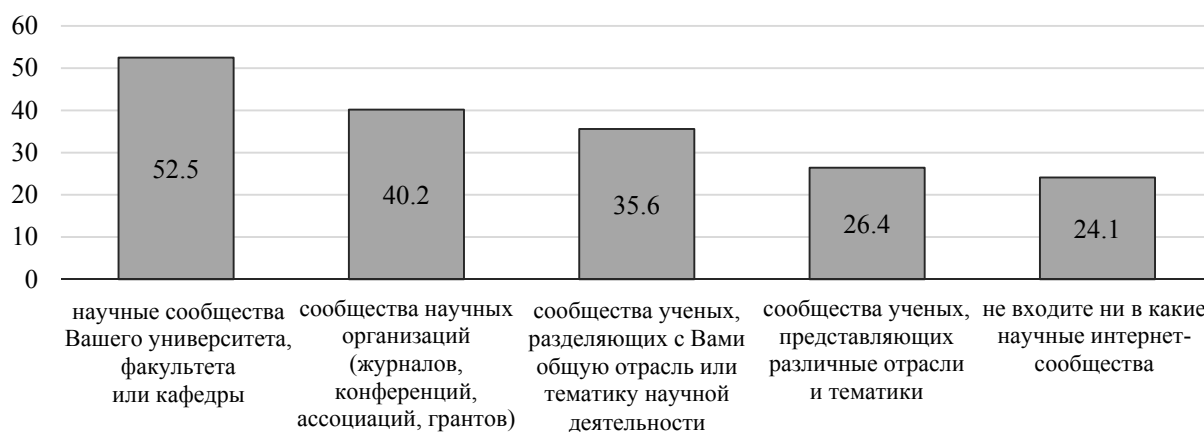


Рис. 6. Участие молодых ученых в интернет-сообществах (% от общего числа респондентов)

Fig. 6. Participation in internet communities (% of all respondents)

Чуть больше половины респондентов вступают в научные интернет-сообщества организации (подразделения), к которым принадлежат. Основными критериями, по которым молодые ученые принимают решение о вступлении в сообщество, являются следующие параметры: соответствие научному направлению или теме, потенциальная возможность найти полезные материалы (публикации, информацию о мероприятиях, ссылки на интернет-ресурсы). Только треть респондентов утверждает, что при выборе интернет-сообщества им важны рекомендации знакомых, возможность установить «полезные» социальные связи.

Обращение с ресурсами. Содержание взаимодействия строится на распределении разнообразных ресурсов – от времени и эмоциональной поддержки до материальных выгод, поэтому поведенческие паттерны, связанные с обращением ресурсов, активно изучаются при объяснении процесса формирования социального капитала и распоряжения им. Для академической среды специфичным является то, что на процесс и условия обмена, в частности, готовность предоставлять, потреблять ресурсы, в большей степени влияют не индивидуальные установки, а нормы и ценности социальных сетей, в которые вовлечены ученые. Учитывая виды академической деятельности и виды необходимой информации, а также технические возможности интернет-среды для передачи этой информации, процессы информационного обмена в академической виртуальной среде могут включать в себя следующие формы: обмен информацией о релевантных объектах (документах, мероприятиях); обмен информацией о содержании соответствующих объектов; обмен информацией о новых и эффективных способах поиска соответствующих объектов или источников информации; обмен соответствующими объектами (файлами, гиперссылками). Формы информационного обмена представлены в порядке усиления их значения для ученого. Для передачи наиболее ценной формы – самого объекта – необходимы высокий уровень доверия между учеными, взаимные договоренности или ожидание ответного действия с сопоставимым уровнем значимости. Для интернет-среды возрастающее значение обмениваемых ресурсов будет еще означать выбор более персонализированного, приватного канала передачи, например, личных сообщений, а не публикации для массового доступа.

На вопрос «Как Вы думаете, сколько людей из Вашего научного круга общения в Интернете будут готовы помочь Вам в научной деятельности?» 31,7 % респондентов ответили,

что значительная часть, 35,8 % – незначительная часть, а 23,3 % – примерно половина. Больше половины опрошенных молодых ученых НГТУ демонстрируют позитивные ожидания от участия в научных интернет-сообществах.

Молодые ученые демонстрируют асимметричную модель поведения, игнорируя нормы взаимности при распределении ресурсов внутри социальной группы, что показано на рис. 7.

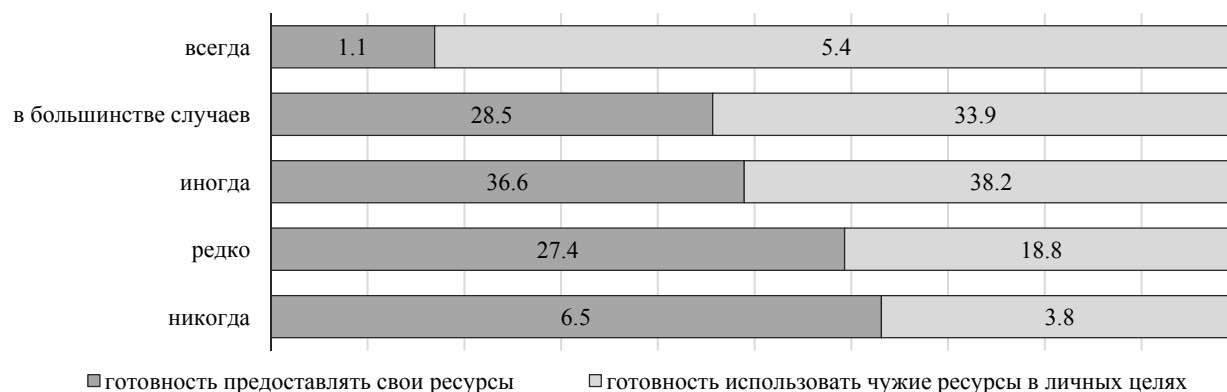


Рис. 7. Стратегии обращения со своими и чужими ресурсами (%)
Fig. 7. Strategies for handling own and others resources (%)

Альтруистическое поведение в отношении предоставления ресурсов демонстрируют самый старший и младший сегменты молодых ученых. Однако средний сегмент крайне негативно относится к возможности предоставления своих ресурсов другим. При этом вне зависимости от возраста, академического статуса молодые ученые готовы использовать чужие ресурсы.

Заключение. Оценка теоретической базы показала, что данная тема находится в фазе формирования, наследуя традиционные представления «классиков» в области изучения социального капитала и дополняя их специфическими для интернет-пространства свойствами. В отечественной и зарубежной практике сформировался незначительный опыт измерения виртуального социального капитала, особенно специфических социальных общностей, к которым относятся ученые. Проведенная работа была направлена на создание инструментария, способного зафиксировать черты поведения при формировании социального капитала в Интернете, и использование его для измерения виртуального социального капитала молодых ученых. Перспективность проделанной работы связана с тем, что разработанный инструментарий может быть использован для управления (диагностики, оптимизации, планирования) в интересах как отдельного ученого, так и научной организации или государства.

Измерение виртуального социального капитала молодых ученых НГТУ проводилось по нескольким направлениям. Прежде всего выявлялись социально-демографические и профессиональные характеристики, которые в дальнейшем выступали в роли факторов, влияющих на поведение по отношению к формированию виртуального социального капитала. Была проведена оценка представленности и активности респондентов на академических и неспециализированных интернет-сервисах в рамках научной деятельности. Для определения вида формируемого виртуального социального капитала и выявления стратегий формирования виртуального социального капитала оценивались источники формирования лич-

ных сетей контактов в Интернете, практики вступления в интернет-сообщества, формирование доверия, принятие норм поведения, готовность инвестировать время, усилия и иные ресурсы для получения ожидаемых выгод.

Согласно результатам опроса молодые ученые НГТУ реализуют асимметричную стратегию в обращении с ресурсами (готовы больше потреблять, чем инвестировать), не практикуют самопрезентацию, расширение социальных контактов в Интернете. Молодые ученые НГТУ реализуют такое поведение, при котором источником связей для онлайн-структуры социального капитала выступают офлайн-сети взаимодействий. При такой стратегии можно говорить о том, что сила офлайн-связей значительно больше онлайн-связей, она дополнительно укрепляется в интернет-среде, а все социальные интернет-платформы используются как дополнительный канал коммуникации, а не как социальная среда и пространство возможностей для научной деятельности.

Такое поведение молодых ученых НГТУ определяется не категорией возраста, а, скорее, академическим статусом, иногда принадлежностью к определенной дисциплине. Разрушается представление, что более молодые ученые проявляют большую заинтересованность и компетентность в использовании возможностей интернет-платформ для построения социального капитала. В этом случае можно говорить скорее о навыке формирования виртуального социального капитала, который появляется в ходе профессиональной деятельности, общения с коллегами и наблюдения за их поведением. Как и любой профессиональный навык, он требует освоения, закрепления на практике, интеграции в профессиональную деятельность.

Социальный капитал молодых ученых имеет нереализованный потенциал роста в Интернете. Для дальнейших исследований актуальным становится изучение причин, барьеров, мотивации в формировании виртуального социального капитала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Vergeer M., Lim Y. S., Park H. W. Mediated relations: new methods to study online social capital // Asian J. of Communication. 2011. Vol. 21, iss. 5. P. 430–449. DOI: 10.1080/01292986.2011.592203.
2. Бурдые П. Формы капитала / пер. М. С. Добряковой // Экономическая социология. 2002. Т. 3, № 5. С. 60–74.
3. Putnam R. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. NY: Touchstone book by Simon & Schuster, 2000.
4. Nahapiet J., Ghoshal S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage // Academy of Management Review. 1998. Vol. 23, № 2. P. 242–266. DOI: 10.2307/259373.
5. Ellison N. B., Steinfield C., Lampe C. The benefits of facebook «friends»: social capital and college students' use of online social network sites // J. of Computer-Mediated Communication. 2007. Vol. 12, iss. 4. P. 1143–1168. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x.
6. Ellison N. B., Steinfield C., Lampe C. Connection strategies: social capital implications of Facebook-enabled communication practices // New Media & Society. 2011. Vol. 13, iss. 6. P. 873–892. DOI: 10.1177/1461444810385389.
7. Игнатъев В. И., Кузин С. А. «Дополненное» социальное пространство: сети и структуры «Second Life» // Идеи и идеалы. 2014. Т. 6, № 4 (22). С. 100–114. DOI: 10.17212/2075-0862-2014-4.1-100-114.
8. Татарко А. Н. Социальный капитал как объект психологического исследования. М.: Макс-пресс, 2011.

9. Lin K. Y., Lu H. P. Intention to continue using Facebook fan pages from the perspective of social capital theory // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2011. Vol. 14, no. 10. P. 565–570. DOI: 10.1089/cyber.2010.0472.
10. Chiu C.-M., Hsu M.-H., Wang Eric E. T. Understanding knowledge sharing in virtual communities: an integration of social capital and social cognitive theories // *Decision Support Systems*. 2006. Vol. 42, iss. 3. P. 1872–1888. DOI: 10.1016/j.dss.2006.04.001.
11. Williams D. On and off the 'net: scales for social capital in an online era // *J. of Computer-Mediated Communication*. 2006. Vol. 11, iss. 2. P. 593–628. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2006.00029.x.
12. Душина С., Хватова Т., Николаенко Г. А. Интернет-сети: платформа научного обмена или Инстаграм для ученого? (на примере ResearchGate) // *Социол. исслед.* 2018. № 5. С. 121–131. DOI: 10.7868/S0132162518050112.
13. Соколов М. М., Титаев К. Д. Провинциальная и туземная наука // *Антропологический форум*. 2013. № 19. С. 239–275.
14. Сивак Е. В., Юдкевич М. М. Академический имбридинг: за и против // *Вопросы образования*. 2009. № 1. С. 170–188. DOI: <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2009-1-170-187>.
15. Осьмук Л. А. Конфликты и конвенции: инверсии социальных отношений // *Социальные практики и управление: проблемное поле социологии: материалы Сибирск. социол. форума с междунар. уч., Новосибирск, 24 ноября 2017 г. / Новосиб. гос. ун-т экон. и упр. «НИНХ». Новосибирск, 2017. С. 255–259.*
16. Харламов А. В. Феномен доверия в научной коммуникации и его влияние на репутацию вуза // *Современное коммуникационное пространство: анализ состояния и тенденции развития: материалы междунар. науч.-практ. конф., Новосибирск, 26–28 апреля 2017 г. / Новосиб. гос. пед. ун-т. Новосибирск, 2017. С. 262–267.*

Информация об авторе.

Поддьячая Екатерина Александровна – старший преподаватель кафедры маркетинга, рекламы и связей с общественностью Новосибирского государственного университета экономики и управления, ул. Каменская, д. 56, Новосибирск, 630099, Россия. Автор 14 научных публикаций. Сфера научных интересов: социальный капитал, сетевой анализ, сайты социальных сетей, интернет-коммуникация, репутация, маркетинг, связи с общественностью.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 27.10.2022; принята после рецензирования 30.11.2022; опубликована онлайн 22.02.2023.*

REFERENCES

1. Vergeer, M., Lim, Y.S. and Park, H.W. (2011), "Mediated relations: New methods to study onlinesocial capital", *Asian J. of Communication*, vol. 21, iss. 5, pp. 430–449. DOI: <https://doi.org/10.1080/01292986.2011.592203>.
2. Bourdieu, P. (2002), "Forms of capital", Transl. by Dobryakova, M.S., *Economic Sociology*, vol. 3, no. 5, pp. 60–74.
3. Putnam, R.D. (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Touchstone book by Simon & Schuster, NY, USA.
4. Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998), "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage", *Academy of Management Review*, vol. 23, no. 2, pp. 242–266. DOI: <https://doi.org/10.2307/259373>.
5. Ellison, N.B., Steinfield, C. and Lampe, C. (2007), "The benefits of facebook «friends:» social capital and college students' use of online social network sites", *J. of Computer-Mediated Communication*, vol. 12, iss. 4, pp. 1143–1168. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x.

6. Ellison, N.B., Steinfield, C. and Lampe, C. (2011), "Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices", *New Media & Society*, vol. 13, iss. 6, pp. 873–892. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>.
7. Ignatyev, V.I. and Kuzin, S.A. (2014), "Augmented" social space: nets and structures of second life", *Ideas and Ideals*, vol. 6, no. 4 (22), pp. 100–114. DOI: 10.17212/2075-0862-2014-4.1-100-114.
8. Tatarko, A.N. (2011), *Sotsial'nyi kapital kak ob'ekt psikhologicheskogo* [issledovaniya Social capital as an object of psychological research], Maks-press, Moscow, RUS.
9. Lin, K.Y. and Lu, H.P. (2011), "Intention to continue using Facebook fan pages from the perspective of social capital theory", *Cyberpsychology, Behaviour, and Social Networking*, vol. 14, no. 10, pp. 565–570. DOI: 10.1089/cyber.2010.0472.
10. Chiu, C.-M., Hsu, M.-H. and Eric Wang, T.G. (2006), "Understanding knowledge sharing in virtual communities: an integration of social capital and social cognitive theories", *Decision Support Systems*, vol. 42, no. 3, pp. 1872–1888. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.04.001>.
11. Williams, D. (2006), "On and off the 'net: scales for social capital in an online era", *J. of Computer-Mediated Communication*, vol. 11, iss. 2, pp. 593–628. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00029.x>.
12. Dushina, S.A., Khvatova, T.Y. and Nikolaenko, G.A. (2018), "Academic internet networks: a platform for scientific exchange or Instagram for scientists? (The case of ResearchGate)", *Sociological Studies*, no. 5, pp. 121–131. DOI: 10.7868/S0132162518050112.
13. Sokolov, M.M. and Titaev, K.D. (2013), "Provincial and native science", *Forum for Anthropology and Culture*, no. 19, pp. 239–275.
14. Sivak, E.V. and Yudkevich, M.M. (2009), "Academic Inbreeding: Pro and Contra", *Educational Studies Moscow*, no. 1, pp. 170–188. DOI: <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2009-1-170-187>.
15. Osmuk, L.A. (2017), "Conflicts and conventions: inversions of social relations", *Sotsial'nye praktiki i upravlenie: problemnoe pole sotsiologii* [Social practices and management: a problematic field of sociology], Novosibirsk, RUS, November 24 2017, pp. 255–259.
16. Kharlamov, A.V. (2017), "The phenomenon of trust in scientific communication and its impact on the reputation of the university", *Sovremennoe kommunikatsionnoe prostranstvo: analiz sostoyaniya i tendentsii razvitiya* [Modern communication space: analysis of the state and development trends], Novosibirsk, RUS, April 26–28 2017, pp. 262–267.

Information about the author.

Ekaterina A. Poddyachaya – Senior Lecturer at the Department of Marketing, Advertising and Public Relations, Novosibirsk State University of Economics and Management, 56 Kamenskaya str., Novosibirsk 630099, Russia. The author of 14 scientific publications. Area of expertise: social capital, network analysis, social networking sites, Internet communication, reputation, marketing, public relations.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 27.10.2022; adopted after review 30.11.2022; published online 22.02.2023.*