

СОЦИАЛНИЯТ КАПИТАЛ КАТО ЛИЧНОСТНО ДОСТОЯНИЕ В МРЕЖОВАТА СОЦИАЛНА СТРУКТУРА

(Българският случай)

Теменуга Ракаджийска,
Михаела Мишева, Мариета Христова¹

Увод – за митовите в социалната наука

Науката трябва да започне с митовите и с критикуването на митовите.

Карл Попър

Но какво е мит и само извън науката ли можем да говорим за митове? Ако за научната истина се позовем на афоризма на В. Паули: „... , че тесният път на истината минава между Сцила на мистиката и Харибда на стерилния рационализъм“, трябва да признаем, че еднозначното тълкуване на социалните феномени е „мисия невъзможна“. Въпросът е: възможно и необходимо ли е да се преодолее и как митологизирането на определени интерпретации, дело на светли имена в науката. Не по-малко важно според нас е и да си дадем сметка защо се стига до митологизиране в науката и дали са толкова противоречиви мит и социална наука. Андре Глюксман обявява, че за него всяка теория е вид илюзия и че всяка философия е синоним на определено господство. Ще се възползваме от тезата на „новите философи“, че „репресивни“ са и езикът, и литературата, и писмеността, и речта, и модата, и изобщо всяка система на знаците (Р. Барт), всяка система на институциите (М. Фуко), всяка граматическа система (Деррида) (Кънчев, 1993:29). М. Фуко има основание да твърди, че всяко знание е власт (в съвременна интерпретация тази констатация звучи не съвсем коректно: „Информацията е власт“). Когато става въпрос за социално знание, тезата на Фуко добива още по-голяма действена сила, защото социалното познание пряко може да бъде въввлечено в процеса на вземане на политически решения и трансформирано в идеология.

¹ Теменуга Ракаджийска е доктор на социологическите науки, професор в кат. „Икономическа социология“ на УНСС, e-mail: t.rakadjiiska@gmail.com; Михаела Мишева е доктор по социология, главен асистент и научен секретар на кат. „Икономическа социология“ на УНСС; Мариета Христова е доктор по социология, хоноруван асистент в кат. „Икономическа социология“ на УНСС, e-mail: marieta_hristova@yahoo.co.uk. За контакти – сл. тел: 81-95-249, e-mail: misheva.mihaela@gmail.com

Съвременното широко разпространено разбиране за „мит“ предпоставя предикирането на съответния наратив с определени отрицателни нюанси, т.е. възприемането му като не-истина или като полу-лъжа¹. С други думи, счита се, както и К. Попър счита, че е необходимо да се предприемат опити за „де-митологизирането му“, което обикновено се реализира чрез преминаване на противоположни позиции с претенцията за разкриване на абсолютната Истина или истината на Абсолютния разум, както твърди Киара Ботичи. Колкото и да са различни интерпретациите, идеята за изкривяване на връзката с реалността неизменно остава част от основното значение на термина „мит“ (Ботичи, 2010:21).

Разнообразните дефиниции за мита могат да бъдат сведени до два основни типа: а) дефиниции, които определят мита като набор от (фантастични) представи за света; б) дефиниции, които определят мита като *повествование*. Бронислав Малиновски разисква мита не само като разказана история, а и като преживяна реалност. Според него митът не е измислица, а е „ефективна, жива истина, в която се вярва и която е продукт на най-древните епохи, и която от тогава насетне продължава да влияе върху света и човешките съдби“ (Malinowski, 1926).

Думата „мит“ е от гръцки произход и означава „слово“. Според К. Ботичи в Омировата култура *mythos* се използва като синоним на *logos*. Филологическата интерпретация на гръцките източници разкрива, че до определен момент (IV век преди новата ера, т.е. до Платон) разлика между *mythos* и *logos* не е регистрирана. Едва при софистичната философия започва разминаване в значението им – за първия като „история“, за втория като „дискурс“, все още без противопоставянето на зоните на релеватност на съдържанието им спрямо истината (вж. подробно Ботичи, 2010:21). Социалните условия, при които започва противопоставянето им, К. Ботичи свързва с два ключови момента: първият е конституираната „религията на „книгата“ (biblios) – политеистичната множественост на древните митове става несъвместима с „въплътеното Слово на единния Бог“, олицетворявано с *logos*-а; а вторият се свързва с „просвещенската критика на мита като предразсъдък“ (Ботичи, 2010:22). Вероятно това са и основанията за противопоставянето на *lector* (коментатор на текстовете) на *auctor* (произвеждащия текстове) и „трансформирането на *доксата* в *ортодоксия* или в *догма*“ (П. Бурдийо). Препятствията според П. Бурдийо, поставяни пред научното обективизиране в полетата на литературата, на изкуството, на философията (според него социологията не прави изключение), са свързани преди всичко с тези, които са възпитани да изпълняват ритуалите на културното благоговение. „Никога ръководенето на изследванията и представянето на техните резултати не са, както в този случай, до такава степен изложени на риска да се оставят да бъдат затворени в алтернативата на омагьосания култ и на трезвото дискредитиране, които и едното, и другото представят под различни форми в самата вътрешност на всяко едно от полетата“ (Бурдийо, 2012: 14).

¹ Според Oxford English Dictionary митът е въображаема, неистинна и нереална история.

Тази теза се потвърждава и от анализа на генезиса на идеята за контрол върху знанието, направен от Д. Минев. Като се позовава на изследванията на А. Гулднер относно средновековната арабска философия, попаднала в конфликт между знание и вяра, той отбелязва, че на средновековните философи им е препоръчано да пишат „технически книги, които да не объркват простите умове“, защото не е работа на философите да съгласуват техните истини с божественото откровение, нито да оспорват откровението. Така се слага началото на доктрината за Двойната истина – на разума и на вярата (Минев, 2011: 26).

Основна особеност на мита е синкретичният му характер. Митът съчетава в себе си в неразчленен (т.е. синкретичен) вид *първичното* познание, резултат на социалната практика и символното му осмисляне. Диференциацията на човешките дейности в хода на историческото развитие води до трансформация на мита, вследствие на което той губи част от своите функции и сферата на социалното му приложение се стеснява. Но това, което продължава да прави актуален мита, е фактът, че той е наратив, който трябва да отговори на необходимостта от *смисъл*. Това обяснява и темпоралната, и топосната природа на мита – даден наратив действа като мит тук и сега, но при други обстоятелства е напълно възможно той да загуби тази си характеристика. Освен това митът позволява да се именува непознатото и така да му се предаде смисъл, т.е. *реалността да бъде овладяна*. Защото, „за да овладеят непознатото, човешките същества се нуждаят от значения, но в още по-голяма степен те се нуждаят от *смисъл*, за да живеят в един по-малко безразличен към тях свят (Ботичи, 2010:25). Истина е, че съвременният дискурс слага акцент върху политическите митове, но ние ще се опитаме да дискутираме митовете в социалните науки, за да *постигнем* митологичното в интерпретацията на социалния капитал.

От една страна, митическите дискурси могат да станат много по-опасни и всепроникващи, отколкото в миналото, защото масовите комуникации ги превръщат в мощни образи, инструменти за възприемане на света и ориентиране в него. Още повече чрез възприетия модел на създаване на знание – целенасочено финансиране на научните изследвания от крупни фондации, които определят или поне влияят върху определянето на идентификацията на значимите проблеми, които ще бъдат подлагани на изследване, а следователно и на онези, които няма да бъдат изследвани – става още по-лесно превръщането на дадено знание в мит, особено ако е пряко подчинено на смисъла за запазване на статуквото, т.е. на съществуващия социален ред. В полето на социологията налагането на една концепция за даден социален феномен се случва чрез мултиплицирането ѝ при провеждането на интернационалните изследвания на такива институции, като Световната банка, Евростат или други подобни.

От друга страна, „произвеждането“ на истински нови теории не може адекватно да се справи с това предизвикателство, защото обикновено те нямат мощната финансова подкрепа на установените институции, но за сметка на това имат мощната съпротива на всички, които си „вадят хляба“ от наложените като „митологеми“ теории. Социалните факти са нещо, което не може да бъде

обяснено еднозначно и същевременно тяхното обяснение трябва да разпалва въображението на хората за тяхната консолидация (идентификация), т.е. социалните теории в малка степен са извън полето на политическата митология или това, което политическата философия нарича „завоалирана политика“.

Така социалните теории подобно на политическите митове не просто описват света, а го и конституират. И ако „политическият мит е процес на работа върху общ наратив, чрез който членовете на дадена социална група (или общество) осмислят политическия си опит и дела“ (Ботичи, 2010:18), то социалните теории са наративи, чрез които се осмисля създаването на политическите митове. Точно затова е особено важно да се проследи процесът на създаване на митологеми в полето на самите социални науки. Разглеждайки работата върху мита, К. Ботичи твърди, че тя е винаги частична; тя трябва да придаде *смисъл* на нечие групово живее и да уплътни съществуването в конкретните обстоятелства; работата на мита е разположена между съзнателното и несъзнателното.

Какво се очаква от митологизирането на социалните теории? Един много добър отговор на този въпрос дава атомният физик Марк Бюканан. Обяснявайки човешките мисловни инстинкти, продукт на нашите „мозъци от каменната ера“, поместени в „модерните ни черепи“, той привежда становището на Робърт Акселрод за митологизирането на рационалната перспектива от икономистите „по една проста причина – без нея не биха знаели какво да правят“. От една страна, „причината теорията за рационалния избор да доминира не е тази, че тя изглежда реалистична... нереалистичните ѝ допускания подронват много от стойността ѝ като база за разсъждения. Истинското предимство на рационалния избор е това, че той често позволява дедукция“, от друга страна, „особеният култ на икономистите към свършената рационалност е свързан въобще не с науката и нейните трудности, а с икономистите като хора и със социалната обратна връзка.“ (Бюканан, 2011:61-62). По-нататък авторът обяснява, че икономистите се подчиняват на наложената по една или друга причина теория, защото тя става мерило за качеството на тяхната работа. Дори споменава, че в една от икономическите публикации е прочел признание, че придържането към идеята за „рационалния избор“ е *рационален* избор на икономистите, дори когато знаят, че е погрешна, защото напредъкът в кариерата е по-вероятен при поддържането, отколкото при атакуването ѝ.

С други думи, практическият смисъл на всяка социална теория за нейните създатели е да стане основополагаща при конституирането на политическите митове, а с това самата тя да се превърне в митологема. Същото се отнася и до теорията за социалния капитал. Политическият мит на господстващите елити в богатите общества се гради на социалната теория, обясняваща социалния капитал като преобладаващото доверие в обществото. За елитите в развитите икономики доверието като принцип на икономически просперитет е изключително важно условие за безпроблемното функциониране на обществата и запазване на статуквото. Стреснати от масовите движения на Запад през 70-те години на XX век, икономическите и политическите елити се нуждаят от ми-

тологемата за доверието в обществото като атрибут на икономическия просперитет и за социалния капитал като обществено благо (благо за всички). От артикулирането си през 80-те години на XX век досега, тя се превърна в поредната митологема и са малко авторите, които се опитват да покажат нейните ограничения или се опитват да я развият в друг порядък.

Сами по себе си нито политическите, нито научните митове са добри или лоши. Въпросът е дали може да се превърнат в инструмент за критика, а не за господство. А това от своя страна зависи от подлагането на „работата на мита“ (Блуменберг)¹ на критична дискусия. В началото на XX век Жан-Габриел Тард в книгата си „Общественото мнение и тълпата“ формулира опасността от знанието на „масовия човек“: „Казват, че трябва да се боиш от човека само на едната книга, но какво значи той в сравнение с човека само на единия вестник!“². По-късно от социологическа гледна точка проблемите, до които води натрапването на „масовото знание“ като въздесъщо или както го нарича авторът, знанието на „човека от улицата“, специално изследователско внимание отдава Алфред Шютц (Шютц 1999: 39-48).

В днешно време този риск „избуява“ и в научното поле, защото все по-малкото му масовизиране води до навлизането в него на „хора от улицата“. Създават се предпоставки за все по-яростно отстояване на позиции чрез защита на едни или други издигнати в митологеми достижения в социалните науки, доколкото противодействието е свързано с много повече когнитивни усилия и с много по-малко практически шансове за кариерен успех и признание. Както пише К. Касториадис („Кръстопътища на лабиринта“), да мислиш, означава да влезеш в „Лабиринта“ и да се въртиш в задънените му галерии с риск да се загубиш, докато стените им се срутват зад теб, и така, докато неочаквано това въртене отвори пролука в заобикалящите те стени, водеща до нов проход. Полесна обаче е практиката да се паразитира върху достиженията на едни или други големи имена в науката и техните достижения да се митологизират, а всеки опит да се премине една или друга граница и да се отиде „по-нататък“ да бъдат заклеимявани като „неразбории“.

¹ Блуменберг „дефинира мита като обща работа върху наратива (*Arbeit am Mythos*), която отговаря на необходимостта от смисъл (*Bedeutsamkeit*). Затова и митът търпи трансформации: той трябва да се анализира като процес, процес на продължаваща работа върху една основна митологема, при обработването на която конкретните житейски обстоятелства и нужди биват винаги отново включени в мита“. Като преживяна реалност тези обстоятелства придават вътрешна множественост на мита. Митологичният наратив „трябва да отговори на необходимостта от смисъл, необходимост, която непрестанно се изменя с промяната на обстоятелствата“. (Ботичи, 2010:24).

² Цитат по Шуликов, П. 2014. Петият призрак. Опит върху истината и мнението (част 1) В: Либерален преглед, 23 септември 2014, последно посетен на 21.03.2015 г. <http://www.librev.com/index.php/prospects-science-publisher/2482-1>.

Митове, свързани с интерпретациите на социалния капитал

Естествените науки си служат с определена методология, защото експериментите, които провеждат, могат да следват определени процедури, които могат да бъдат повторени от всеки изследовател при същите крайни резултати. В социалните науки това е невъзможно, защото е невъзможно да се повторят параметрите на конкретните социални ситуации и характеристиките на конкретните актори (деятели), включени в експеримента, дори когато се изследват едни и същи лица (в различно време всеки има различни характеристики). Може би именно поради това социалните науки съществуват между реалното и въображаемото. Не напразно Ч. Р. Милс апелира за включване на социологическото въображение при анализа на социалността, определено от него като жива връзка между индивидуалната биография и обществената история, като мислене на онова, което не е непосредствено дадено, то е инструмент в процеса на опознаване на социалността с нейните два конструкта – индивидът и обществото (Mills, 1959). Социологическото въображение според А. Гидънс „изисква от нас преди всичко да се „отстраним“ от познатите шаблони на всекидневния си живот, за да се вгледаме в тях по нов начин“ (Гидънс, 2003:8). Самата изследователска работа и биография на Ч. Р. Милс могат да бъдат видени и интерпретирани през опитите му да развие и по този начин да бъде „снета“ конституираната по негово време като митологема „grand theory“ на Т. Парсънс като адекватна рефлексия на социалната структура на обществената реалност. Именно липсата на адекватен рационален контрол върху употребата и рефлексията на понятията според Милс води до фетишизацията им или до фетишизация на емпиричните факти и така до създаване на митове в науката.

Тук ние ще се опитаме първо да декомпозираме митовете относно социалния капитал, а след това на базата на диспозиция и композиция да съчленим позитивите им и да реализираме „снемането“ им в една последваща концепция, отчитаща сложната връзка между индивид и общество, т.е. реалното функциониране на социалността.

Първи мит:

Първият мит свързваме с интерпретирането на социалния капитал като отношенията, мрежите, реципрочността, доверието, ценностите, нормите и санкциите, които оформят количеството и качеството на общностните социални взаимодействия и степента на ефективно колективното действие за справяне с проблемите в живота на общността. Социалният капитал е важен ресурс за общностното благополучие и устойчивост. Когато ресурсите са оскъдни в условията на нарастваща конкуренция, наличието на социален капитал е предпоставка за включване на нематериалните ресурси в икономическите процеси, за да ги направи видими и управляеми. Едно такова широкообхватно интерпретиране на социалния капитал препокрива съдържанието на понятието социалност, изразено чрез двата ѝ компонента – култура и структура, и трудно може да отговори на характеристиките на понятието „капитал“.

Втори мит:

При този мит се игнорира апелът на Милс за преодоляване на схематичността на мащабните обобщения при обяснение на конкретните общности, т.е. според нас е необходимо да се снесе еднозначността, при тълкуването на който и да е социален феномен. Той се свързва преди всичко с разбирането за социалния капитал като основен ресурс за повишаване на социалната кохезия¹ и съответно благосъстоянието и устойчивостта на общността. Извличането на максимума от социалния капитал – мрежата от отношения и ценности, които свързват отделни лица и групи в обществото и дават възможност за колективни действия – е от жизненоважно значение за благосъстоянието на общностите и гарантира, че по-широк кръг от икономически и социални политики и програми са по-ефективни. Социалният капитал може и да води до повишаване на социалната кохезия, но може да води и до схизма и следователно до социална дезинтеграция, особено като се има предвид, че като ресурс той също е неравномерно разпределен в обществото, и тези, които притежават в повече други ресурси, обикновено имат и повече, и по-качествен социален капитал. Също твърдението за това, че социалният капитал повишава икономическите резултати, би трябвало да претърпи корекция, защото това повишаване е опосредствано. Социалният капитал може да води до повишаване на човешкия капитал и това да повиши икономическите резултати, ако човешкият бива използван по предназначение.

Трети мит:

Възможни са непротиворечивото изследване, измерване и сравнение на функционирането на социалния капитал в различните общества и култури. Дори Световната банка провежда регулярни измервания на социалния капитал в различните страни, като се опитва да формулира на тяхна основа препоръки за съответни социални политики към националните правителства. Емпиричното измерване на социалния капитал е съпроводено с редица проблеми, подробно описани от редица автори, но ние ще се спрем на част от анализа на Лука Андриани (Andriani, 2013). Следвайки Дърлауф и Фафчампс (Durlauf and Fafchamps, 2004), авторът сочи, че най-важната от тях е липсата на общовалидна теоретична рамка. Разминаването в теоретичните концепции не дава възможност за яснота при изследване на индивидуално ниво дали личностната възвръщаемост от наличието на социален капитал е добър показател за генерирането на съвкупни печалби от общността. Всеки избран модел за изследване работи само в конкретен контекст и може да е свършено невалиден в друг,

¹ „Подход и процес на сближаване и приобщаване в обществото, основаващ се на преодоляване на неравенството, несправедливостта, маргинализирането и социалното изключване на определени индивиди и групи. Социалната кохезия води до взаимното приемане на различните обществени групи, включително и тези на най-бедните, и споделяне на отговорностите. Социалната кохезия не може да реши и премахне социалните проблеми, но има за цел да смекчи социалните контрасти и да отслаби икономическата тежест върху социално слабите.“ Източник: Тълковен речник на българския език.

т.е. това, което може да е валидно като измерител (съответна променлива) или като регресионна зависимост при изследването на социалния капитал в Субсахарска Африка, може да не е в състояние да обясни икономическия растеж и в други страни. Още повече, както още през 1993 г. Р. Пътнам аргументира, доверието не може да се развива във високо стратифицирани общества. Основният въпрос, който следва, е, могат ли (правомерно ли е) да се сравняват групата държави, като САЩ, Канада и Япония, с развиващите се страни в рамките на същия емпиричен модел. С други думи, и според нас в отсъствието на силна теория изборът на „инструмента“ става твърде произволно¹.

За понятието „капитал“

Преди да преминем към анализа на социалния капитал като феномен, ще дискутираме съдържанието на понятието „капитал“. Терминът „капитал“ има латински произход и е свързан с обозначаването на заетата срещу лихва парична сума – „сarpit“, т.е. главницата. Франсоа Кене го свързва с аванси, вложени в земеделието. За класическата политическа икономия капиталът се свързва с ресурсите, които могат да бъдат използвани в производството на стоки и услуги. Той е един от трите фактора на производството заедно със земята и труда. „Капитал“ е може би централно, действащо като обяснителен принцип, но затова и ценностно най-натоварено понятие в икономиката и икономическата социология. От неговата интерпретация тръгва разработването на конфликтни политически идеологии. Под „капитал“ се има предвид някакъв натрупан ресурс. Друг е въпросът кога този ресурс приема характеристиките на капитал. Капиталът е социално-икономическа категория, свързана с исторически определен начин на производство и размяна. Не всеки натрупан ресурс, както пише и М. Вебер, е капитал. За да имаме основание да определим натрупания ресурс като „капитал“, той трябва да е „въведен“ в процеса на производството (и то в повторения се производствен процес, както отбелязва Фр. фон Хайек), за да води до създаване на нова стойност и така да привлича към себе си част от допълнително създадената стойност, т.е. богатството само по себе си не е капитал. Това привличане на новосъздадената стойност безспорно може да се осъществи само посредством *реализирането* на продукта на производствения процес (каквото и да е този продукт) при пазарна размяна. Ако не се реализира на пазара, продуктът остава натрупан ресурс, но не се превръща в капитал.

Затова „капиталът“ не се отнася до простото притежание на „средствата за производство“, а е основно производствено отношение, което само в своята превърната форма се проявява като отношение по повод вещи или като вещно отношение. Де факто капиталистическото производствено отношение е обективно социално отношение, т.е. отношение между хората по повод разпределението на добавената в процеса на трудовата дейност стойност. За марксисткото

¹ За необходимостта от силен теоретичен модел, при изследване на който и да е социален феномен, пише и М. Молхов (вж. Молхов, 2014) .

разбиране на капитала е характерно неговото интерпретиране като фактор на производството във вид на стойност, която носи принадлежна стойност в резултат на експлоатация на жив труд. Трудовата теория свързва капитала с въпроса за експлоатацията на наемния труд, защото освен през времето, необходимо за възпроизвеждане на собствената си стойност наемният труд е активен и през допълнителни часове за възпроизвеждане стойността на вложените в производството материални активи. К. Маркс разкрива съдържанието на капитала в парадигмалната рамка на трудовата теория, която поставя акцент върху производствения процес, защото по времето на нейното утвърждаване именно той е водещ в кръговия характер на възпроизводствения процес на материалния живот на хората.

Постепенно ситуацията се променя. В края на XIX и началото на XX век почти всички дейности на хората добиват пазарен акцент. Конституират се всички видове пазари, с което пазарът става основен регулатор на социалните отношения. Това създава предпоставки (наред с тези от политически, идеологически, технологичен и културен характер) за възникване на нова интерпретация на понятието „капитал“. Сега фокусът е изместен от производствения процес върху пазарната размяна. Добавената (а не принадлежната) стойност е продукт на разменните отношения. Като резултат на търсенето и предлагането маргиналната стойност на стоките варира в определени граници. У. С. Джевънс, К. Менгер, Л. Валрас разработват модел на размяната, при който акцентът е поставен върху цената и идеята за полезността и относителната рядкост на стоката. Австрийската икономическа школа свързва капитала с ресурсите като бъдещи фактори на производството.

Модерната версия на „спора“ между трудовата теория и обяснението на неокласическата икономическа теория за капитала може да бъде проследена в дискусията между „двата Кеймбридж-а“ (Коэн, Харкорт, 2009). От средата до 70-те години на XX век между представителите на неокласическата икономическата теория от „американския Кеймбридж“ и техните критици от „английския Кеймбридж“ се разгаря дискусия по три важни въпроса, свързани с интерпретирането на капитала:

- ролята и измерването на капитала в индустриалните капиталистически общества;
- ролята на равновесието като адекватен инструмент за изследване на ръста и натрупването на капитала, доколкото икономическите процеси не водят към равновесие;
- дали в ситуация, в която заключенията от прости модели са нестабилни, не се преминава към идеологическо представяне на полемиката (Коэн, А., Дж. Харкорт, 2009:5).

За съжаление, повдигнатите въпроси не намират своите адекватни решения вероятно, както пише Р. Солоу, или защото самите въпроси са лошо формулирани, или защото са действително много сложни (Коэн, А., Дж. Харкорт, 2009:18). Още в началото на XX век Т. Веблен оспорва теорията за пределната

полезност и доказва, че печалбата има институционална основа и корените ѝ трябва да бъдат търсени в обществената власт на капиталистите, която им позволява да присвояват технологичните достижения на цялото общество.

При интерпретирането на „капитала“ представителите на новата икономическа социология тръгват от факта, че „социалният свят е акумулирана история“ (П. Бурдийо), поради което сложният процес на възпроизводство на социалния живот на хората не може да бъде обяснен чрез компилиране на краткосрочни равновесни състояния, при които хората се разглеждат като взаимнозаменяеми универсални частици. За възпроизводството на условията за живот, а така също и на отношенията на власт, характеризиращи дадено общество, индивидите и групите се нуждаят не само от материални, но и от символни ресурси. Според П. Бурдийо капиталът е акумулиран труд или под формата на материал, или под интериоризирана „въплътена“ форма. Той е сила, присъща на обективните и субективните структури. Икономическото понятие за капитал според него е наложено от икономическата практика, исторически продукт на капитализма. Идеята за капитала той тясно свързва с идеята за полето, тъй като обемът и структурата на капитала, които играят в полето притежава, е всъщност неговата относителна сила, позицията му в пространството и стратегическата му ориентация към играта.

Бурдийо твърди, че границите на полето рядко са под формата на юридически граници, въпреки че винаги са белязани от институционализирани „барери за навлизане“ – „институтите за инициация“. Те могат да бъдат определени само чрез емпирично изследване. Полето е рамкирано от ефектите, които действат върху обекта, който пресича това пространство. А ефектите се осъществяват така, че това, което се случва на всеки обект, не може да се обясни единствено с характерните свойства на въпросния обект. Всеки обект (актор), пресичащ полето, реализира своята дейност на базата на определен хабитус. „Хабитусът е резултатът от индивидуалната история на всеки от нас и на колективната история на средата, в която се социализираме. Той представлява инкорпориране на обективните структури, но под формата на схеми на възприемане, разбиране и оценка, система от предпочитания и предразположения, които се проявяват само в дадена конкретна ситуация“ (Димитрова, 2007). Хабитусите са функционални в определени социални граници и именно това социално пространство Бурдийо нарича „поле“. Социалните игри се разиграват в рамките на различните полета. „Всяко поле представлява потенциално отворено пространство за игра“ (Wacquant, Bourdieu, 1992:104). Границите му са динамични и са залогът на борбите в самото поле. Полето се формира от взаимодействията между агенти и институции, с различна степен на сила, за присвояване на специфичните продукти (залог в играта). То няма части, компоненти, а има своя логика, правила и закономерности.

Бурдийо предлага полетата да се мислят като „структурирано пространство“, като организацията на тези пространства е около конкретни видове капитал или комбинации от капитал. Те са дефинирани чрез комплекс от клъстери на акторските позиции. Полетата са „арени на борби за контрол върху ресурси“.

Този контрол структурира позициите в полето на господстващи и подчинени спрямо видовете и обема на капитала. Полетата, социалните пространства или социалните универсуми, са достатъчно хомогенизирани, за да се очертаят в тях позициите на социалните агенти. От една страна, техните роли са предписани, но от друга страна, зависят от интерпретацията, която им се дава в хода на играта. В играта има:

- залози, които са продукт на конкуренцията между играчите;
- инвестиция, която е погълнатостта на играчите от играта;
- признание;
- съгласието за включване в играта, защото си заслужава;
- „козове“ или още „майсторски карти“ – тяхната сила се променя спрямо

играта. Това означава, че различните полета имат различна йерархия на различните видове капитал. „Фундаменталните видове капитал“ са валидни и ефикасни в различните видове полета, но тяхната относителна стойност като козове се определя както от всяко поле, така и от последващите състояния на едно и също поле.

Капиталът „съставлява залозите, по повод на които участниците в полето се намират в постоянна борба“. Като оръжие или коз в играта капиталът „обхваща ресурсите, които същите тези участници мобилизират, преследвайки своите цели“ (Близнашки, 2008:XV). Капиталът е това, което позволява на тези, които го притежават, да упражняват власт и влияние и така да съществуват в разглежданото поле, особено що се отнася до специфичната форма на капитала, преобладаваща в съответното поле. Или с други думи, „капиталът е валутата на властта в рамките на отделно поле“ (Близнашки, 2008:XV).

Стратегията на играча се определя не само от обема и структурата на капитала, който притежава в даден момент, а и от еволюцията във времето. Стратегията на играча по отношение на обема и структурата на капитала може да е насочена в няколко посоки:

- към увеличаване или опазване на този капитал. Това става в съответствие с „мълчаливите“ правила на играта и предпоставките за възпроизвеждане както на самата игра, така и на залозите в нея.
- към променяне на относителната стойност на различните видове капитал или на курса на промяна между различните видове капитал. Това става с трансформиране, т.е. с променяне на тези правила на играта.

Причините за функционирането и трансформацията на едно поле са:

1) асиметриите между различните специфични сили, които се изправят една срещу друга; активните сили или тези, които причиняват най-значимите разлики, определят разпределението на специфичния капитал. Капиталът не съществува и не функционира освен във връзка с дадено поле. Той предоставя власт над: полето; материализираните или въплътени инструменти за производство или възпроизводство; закономерностите и правилата, които определят функционирането на полето, оттук и върху печалбата, породена в него.

2) борбите, които са насочени към запазване или трансформиране на конфигурацията на потенциалните или активни сили, когато полето е разбрано като пространство на тези сили.

3) стратегиите, които са подсилвани и ръководени от полето като структура на „обективните отношения между позициите“ на сила; съгласно тези стратегии индивидите на тези позиции се стремят да ги запазят или подобрят и да наложат принцип на йерархизация; стратегиите зависят от позицията на индивида в полето, от разпределението на специфичния капитал.

Изследването на полето включва според Бурдийо три необходими и вътрешно свързани момента:

1) анализиране на позицията на полето спрямо полето на публичната власт – доколко дадено поле взаимодейства с полето на властта, където заема или не доминираща позиция.

2) очертаване на обективната структура на отношенията между позициите, които са заети от агенти и институции, състезаващи се за легитимната форма на специфичния държавен орган, от който това поле е част.

3) анализиране на хабитуса на агентите, различните системи на диспозициите, които те придобиват, като интернализират определен тип социално и икономическо състояние, и които намират повече или по-малко благоприятна възможност да се актуализират в определена траектория в полето, което се разглежда и е под внимание (Wacquant, Bourdieu, 1992:105).

Според Бурдийо полето, а не индивидът, трябва да бъде фокусът на научното изследване. Това обаче не означава, че индивидите не съществуват. Те съществуват като агенти, а не като биологични индивиди. Те са социално конституирани като активни и действащи в дадено поле чрез факта, че притежават необходимите свойства, за да са ефективни, да предизвикват ефекти в това поле. Всяко поле налага „такса участие“, която от своя страна определя допустимост за участие, като по този начин избира определени агенти пред други. Полето е „мястото“ на отношенията на сила и на борби, насочени към трансформиране на тези отношения, и следователно на непрекъсната промяна.

Икономическото поле е социално конструирано поле на действие. В него агентите притежават различни ресурси и се изправят един срещу друг, за да получат достъп до размяната и да запазят или трансформират преобладаващото в момента отношение на сила. Фирмите предприемат действия, които зависят от позицията им в полето, в структурата на разпределението на капитала във всичките му видове (Bourdieu, 2005:75-89). Силите на полето ориентират доминиращите към стратегии, чиято цел е „увековечаването“ и засилването на тяхното господство. По този начин символният капитал, който имат на разположение, по силата на тяхното превъзходство, а също и тяхното старшинство, им позволява успешно да прибегват до стратегии, предназначени за сплашване

(и не само) на конкурентите им. Тези стратегии могат да са блъфове, но техният символен капитал ги прави надеждни и по този начин ефективни¹.

Имайки предвид, че силите в полето имат тенденцията да засилват доминиращите позиции, възниква въпросът как са възможни трансформации на отношенията на сила в дадено поле. Ключова роля играе технологичният капитал, който П. Бурдийо дефинира като портфолиото от научни ресурси (научен потенциал) или технически ресурси (процедури, способности, алгоритми, както и уникалното и последователно ноу-хау, способно да намалява разходите в труда и на капитал или да увеличава неговия добив), който може да се използва в проектирането и производството на продукти. Но технологичният капитал е ефективен, само ако е свързан с другите подвидове капитал, които могат да бъдат финансов, културен, юридически и организационен, социален, символен. Промените в полето често пъти са свързани с промени в отношенията с външната на полето среда.

Р. Бойер разкрива, че според Бурдийо сред всичките размени, които са възможни между полето и външния свят, значението на взаимодействията с държавата е най-съществено. *Надпреварата за власт над държавната власт* представлява четвърти мощен фактор за промяна на структурата на полето. Състезанието между фирмите в икономическото поле често пъти приема формата на състезание за власт над държавната власт, особено над властта за регулация и права на собственост и за предимствата, които се предоставят чрез различни държавни интервенции (като преференциални тарифи, търговски лицензи, фондове, финансиране на нови работни места, иновации и т.н.). Доминиращите агенти могат да използват своя социален капитал, за да упражнят натиск върху държавната институция и да я накарат да промени играта в тяхна полза, като правят опити да променят преобладаващите „правила на играта“ в своя полза. Държавата по този начин не е просто регулатор, който да поддържа реда и доверието, или арбитър, който отговаря за „надзора“ над агентите и техните взаимодействия, както често се възприема. Тя решително допринася за изграждането на взаимоотношенията, които се пораждат под прякото и непрякото влияние на тези, които са най-засегнати от тях (Boyer, 2008)².

Независимо как е интерпретиран капиталът, авторите като че ли са единни по отношение на определяне на неговите свойства, които се свеждат до:

¹ Така например Лерой Флетчер Праути обяснява поддържаната висока цена на петрола с „мита“, които разработват редица учени, финансирани от Рокфелер, че петролът е „фосилен“ продукт и затова силно ограничен ресурс в природата, поради което и трябва да се поддържа висока цената му, защото всеки момент може да бъде изчерпан. Докато според Праути той е втората по количеството най-разпространена течност на планетата и няма изгледи скоро да бъде изчерпан. Изт.: <https://www.youtube.com/watch?v=2cUg3lDgJ20> – последно посетен на 4.04.2015 г.

² По-подробно по въпроса може да се види в Христова, М., 2014. *Българският виртуален пазар на труда и трансформацията на властта*. Дисертационен труд. УНСС.

1) ограничеността му като ресурс; 2) способността му за натрупване – ресурс, който не просто се съхранява, но и попълва; 3) ликвидност – способността му независимо от предметните си носители да се трансформира в парична форма; 4) конвертируемост – постоянна смяна на формите му; 5) способността му към самонарастване – възпроизвежда не само собствената си стойност, но и добавена стойност (Радаев, 2003). За да може да се тълкува един ли друг вид ресурс като капитал, би трябвало да се държи сметка дали тези свойства са налице.

„Човешкият капитал“ – за и против

Новите икономически теории и по-специално новите институционалисти отнасят понятието „капитал“ не само към акумулирания обективизиран овещен труд, но и към интериоризираната „въплътена“ форма на труда. Не може да се съсредоточи изследователското внимание върху социалния капитал, ако преди това не е направена връзката с концепцията за човешкият капитал. Целта ни е не да правим всеобхватен анализ на концепциите за човешки капитал, а да очертаем рамките на феномена и пресечните му точки със социалния капитал. Това ще ни позволи да навлезем в „лабиринта“ на различните интерпретации на социалния капитал и да потърсим неговата „*differentia specifica*“.

Още в началото искаме да обърнем внимание на факта, че различните становища за човешкият капитал могат да бъдат класифицирани съобразно двата различни критерия, които експлицитно или имплицитно използват авторите при тълкуването на понятието „човешки капитал“. Ако за критерий се вземе предвид способността да се произвеждат различни капиталови активи чрез различни икономически дейности, то тогава всички форми на капитала могат и се лебализират като човешки капитал – в природата капитал няма, има само ресурси¹. Но ако като критерий служи разграничаването между субстратите на капиталовите активи, тогава определено човешкият капитал трябва да се разглежда като един от видовете капитал. Ние се придържаме към този критерий и разглеждаме човешкия и социалния капитал като видове капитал, наред с икономическия, с уговорката за относителността на разграничението между двата, която относителност ще разкрием по-долу и при приемането на особеността на човешкия капитал – определянето му като фиктивна стока, т.е. стока, при чиято реализация в разменен процес не става прехвърляне на собствеността.

¹ Към този критерий може да бъде отнесена и концепцията на П. Бурдийо. Той не говори за човешки капитал, а за икономически, културен, социален и символен, който се съотнася с културния. Вероятно следвайки в някаква степен Бурдийо, в българското научно пространство сходна версия за човешкия капитал разработва М. Мирчев (в някаква степен, защото М. Мирчев е преди всичко последовател на структурния функционализъм). Той смята, че с изключение на физическия капитал всички останали видове капитал са човешки капитал. Лично ние, придържайки се към разбирането, че капиталът е социално отношение, не виждаме основание за такова тълкуване на съдържанието на понятието „капитал“.

Според Артър Люис, първият, който дискутира понятието „човешки капитал“, е Артър Пигу в неговото разбиране за необходимостта от преустановяване на практиката на различаване между икономика на потреблението и икономика на инвестициите, защото потреблението е инвестиция в персоналната производителна сила. През 1958 г. терминът вече е в употреба в статията на Джакоб Минсър „Инвестициите в човешки капитал и разпределението на персоналните доходи“. Определен принос за развитието на концепцията за човешкия капитал има и Теодор Шутц, но безспорно като най-значим се счита приносът на Гари Бекер. В своето произведение „Човешкият капитал. Теоретичен и емпиричен анализ“ той разработва цялостна теория за човешкия капитал като икономическо понятие, свързано с процеса на инвестиране в развитие на човешката производителна сила (Becker, 1964). Инвестициите в човешки капитал на микро-, мезо- или макроравнище се възвръщат като отложени в бъдещето доходи, на микро-ниво – като лични доходи, на мезо-ниво – като допълнителна добавена стойност, на макро-ниво – като увеличена национална добавена стойност. Основанието инвестициите в развитието на човешките способности за труд чрез образование, обучения на работното място (on-the-job training) и извън работното място (of-the-job training), както и чрез инвестиции в здравеопазването, да се обявят за инвестиции в човешки капитал се търси във факта, че и те както инвестициите във физическия капитал носят допълнителни доходи и така човешкият капитал се приравнява към средствата за производство. Дали това е правомерно, ще дискутираме малко по-надолу.

Всъщност Г. Бекер прави опит да обясни вложенията в подобряване на качеството на човешките ресурси чрез теорията за инвестициите. Затова и основното измерване на съдържание на понятието „човешки капитал“ се свързва преди всичко с разходите за здравеопазване, образование, квалификация, подготовка на научни кадри и др. Така се стига до измерването му чрез показатели, отразяващи тези разходи. Най-важни сред тях са следните съотношения и статистически данни в едно общество:

- обхват на децата и младите хора в основното, средното и висшето образование;
- съотношение между учители и ученици;
- натрупан брой години образование на човек от работоспособното население;
- продължителност на живота;
- процент на детска смъртност и други.

Идеята е, че разглеждани като инвестиции, направените разходи за подобряване на способностите на индивидите за труд (както от самите индивиди или техните семейства, така и от работодателите или обществото) подлежат на рекапитализация и очакват своята най-бърза възвръщаемост. Нормално е, когато процесите се анализират от гледна точка на вложените инвестиции в придобиването на нови умения, знания, компетентности, да се очаква индивидите да бъдат по-производителни и по-конкурентоспособни на пазара на труда.

Разбира се, за да може да се класифицира едно по-тясно понятие – човешки капитал като натрупани способности и умения, под по-общо такова – капитал, то е необходимо да разкрива съдържанието на феномен, който притежава свойствата на по-общия феномен. Дори и най-големите привърженици на теорията за човешкия капитал не отричат явната отлика на човешкия от икономическия капитал, изразяваща се във факта, че определен като акумулирани знания и способности, човешкият капитал е неотделим от своя носител – човешкият индивид. *Той не съществува в обективизирано, а само в инкорпорирано състояние*. Г. Бекер определя човешкия капитал като специален, защото е неразривно свързан с човешкото същество и не може да се отдели от него. Според автора човешкият капитал е капитал, защото като физическия капитал е траен. Той разисква основните концептуални и практически прилики (т.е. икономическа възвръщаемост, амортизация и т.н.) и разлики (т.е. прехвърляне, ликвидност и т.н.).

Ако трябва да се търси количественото измерение на човешкия капитал в рамките на едно или друго конкретно общество и той бъде отнесен до състоянието на трудовите ресурси – безспорно той е ограничен ресурс. Доколкото приемаме, че с натрупването на конкретен опит и образователни степени квалификационните умения на индивидите и така наречените *soft skills* нарастват, той проявява склонност към натрупване. Ликвидността се осъществява, ако от потенциална работна сила работоспособността се превърне в реална работна сила (т.е. бъде включена в икономическа дейност) и индивидите получават някакви доходи за своите умения да се трудят. Конвертируемостта на човешкия капитал се проявява при възможността уменията на индивидите (квалификационни, културни и *soft*) пряко да се превръщат в икономически, социален и символен капитал. Въпросът със самонарастването обаче не може да има еднозначен отговор. Човешкият капитал би могъл да привлича към себе си допълнителна стойност само в единство с икономическия в неговите различни форми на проява (природен, физически, паричен).

Според неокласическите икономически теории първоначалният човешки капитал се формира, когато даден индивид (сам или с помощта на родителите си), инвестира в себе си, плащайки за образование и за придобиване на професия или специалност. След постъпването на работа тази инвестиция се изплаща в течение на времето под формата на по-високи доходи или възможност да се извършва работа, носеща по-голямо удовлетворение. От тази гледна точка различните (макар и много сходни по между си) определения за човешки капитал се свързват преди всичко със способностите на индивидите за труд (вродени и придобити). „Човешкият капитал е стойността на доходоносния потенциал, въплътен в индивидите, включващ както вродените им способности и талант, така и образованието и придобитата квалификация“ (Казаков, 2010: 41-42). Те самите очакват за себе си повече доходи в настоящо или бъдещо трудово реализиране. Очакват да бъдат носители на по-висок жизнен стандарт, по-голяма възможност за мобилност и по-висока удовлетвореност от труда, който полагат, защото се очаква той да е по-висококвалифициран, по-отговорен

и творчески, създаващ възможност за кариерно развитие и осъществяван при по-качествени условия на труд¹.

Макар да се прави едно разграничаващо уточнение за разликата между човешки и културен капитал, а именно, че културният капитал трябва да се свързва с потенциалните способности на индивида, а човешкият – с реализиращите се такива, теорията за човешкия капитал все още дължи обяснение за необходимостта от въвеждането на понятието извън *идеологическите* основания, където съвършено ясно прозира окраската на неолибералния икономизъм и които са:

1. Представителите на наемния труд престават да са противопоставени на представителите на капитала, тъй като и те са своего рода „капиталисти“.
2. Като „капиталисти“ работниците не бива да очакват само от обществото или още по-малко само от работодателите да инвестират в техния „капитал“, а трябва сами да организират и осъществят такова инвестиране².
3. Като „капиталисти“ представителите на наемния труд не трябва да очакват от обществото да полага усилия за реализация на техния „капитал“, а трябва сами да си поемат риска за реализирането му или не, както представителите на икономическия капитал.

Дължи се обяснение защо, като изключим по-горе описаните основания, е необходимо да се неутрализира противопоставката между двата основни фактора на индустриалното производство: *работна сила* (наемен труд) и *капитал*. Вярно е, че в условията на информационното общество „възпроизводството на социалния живот на хората“ (К. Маркс) в голяма степен променя параметрите си – при масовата употреба на ИК технологии, голяма част от решенията се делегират върху персонала (empowerment); съвременните корпорации спестяват значителен обем разходи чрез аутсорсинга на дейности [изнасянето на редица дейности извън юридическите рамки на корпорацията, чрез наемане на субконтрактори (подизпълнители), които в повечето случаи трансформират статуса си от служители на корпорацията в самонаети в полза на корпорацията]; сега, както пишат още през 70-те години на XX век Дж. Гълбрайт и П. Дракър, собствеността се деперсонифицира и решаваща дума за нейното управление има мениджмънтът.

¹ Оставяме настрана и няма да коментираме негласната предпоставка на икономистите, че всеки такъв вид труд носи по-висок стандарт на живот, което особено за някои общества определено може да бъде оспорено.

² Изключително илюстративно в това отношение е написаното от представителката на българския бизнес Росица Вартоник: „Мисля, че всеки работодател разбира необходимостта от повишаване и осъвременяване на квалификацията на своите служители. Просто защото, ако не развива човешкия капитал, обрича бизнеса си на застой и в крайна сметка на провал. Но има и нещо друго – процесът на обучение, на придобиване на нови знания не е отговорност само на работодателя. Добре е всеки от нас да си даде сметка, че динамиката на съвременния живот налага и нови правила. Ако преди 20 – 30 години професията е била „до живот“, то сега е различно. Предвижданията са, че един млад човек ще сменя професионалното си поприще поне няколко пъти през активния си живот. Тази ситуация предполага и изисква постоянно усвояване на нови знания и умения. И това е наша индивидуална отговорност!“ (Вартоник, 2015).

Той определено не се стреми към максимизация на печалбата, а към балансиране на различните групови интереси, от които зависи дейността на корпорацията (интересите на акционерите, интересите на работниците, интересите на доставчиците, интересите на потребителите, интересите на държавната администрация, интересите на кредиторите и т.н., т.е. на така наречената референтна мрежа на корпорацията или фирмата) – и въпреки това не само се запазва статусът на представителите на наемния труд като противопоставени на представителите на капитала, но и все повече „мотивирани“ от страха за загуба на работното място, те започват да се самоексплоатират (У. Роуланд).

Ако образованието е факторът, който превръща суровите човешки ресурси в човешки капитал (Гари Бекер), то как да се отчете фактът, че чрез образованието се ограничава възпроизводството на същите тези човешки ресурси. Марк Бюканан привежда пример с индийския щат Керала, при който с постепенното ограмотяване на населението и повишаване на образованието се постига намаляване на раждаемостта (Бюканан, 2011:15-17 и 21). А и самото българско общество е също пример за това. По-високата грамотност на българските жени води до по-ниска възпроизводствена функция, за разлика от представителите на някои други етноси в българската нация.

Може ли да се намери обективно основание за въвеждане на понятието „човешки капитал“? Вероятно въпросът на пръв поглед може да звучи и не съвсем правомерно, щом видни икономисти са получавали Нобелови премии за своите разработки по темата. Ние обаче, като се опитваме да доразвием „митологемата“, търсим основанията за въвеждането му, не в натрупаните знания и умения, които сами по себе си безспорно са много важни и инвестирането в тях е от особено значение за развитието на всеки икономически субект – индивид, фирма, национална държава, международна корпорация, но според нас са само *необходимото условие*, а в това, което те дават като възможност да се постигне в резултат на тяхното натрупване, т.е. *достатъчното условие*, според нас това е имиджът [образът, „марката“ (brand-ът), визията] на всеки икономически субект.

В галериите на лабиринта социален капитал

В тази част на студията ще спрем вниманието на читателя върху различни теоретични концепции за социалния капитал, като обясним ще акцентираме върху концепциите на най-големите имена в социологическата и по-специално икономико-социологическата литература. Водени от идеята на М. Бюканан, че за истинската наука е важно да открие обясняващата схема, при което обикновено тя не зависи чувствително от хиляди фактори, а само от няколко решаващи, елиминирайки всички „изтощителни подробности на реалността“, за да „уцели право в сърцевината на явленията от реалния свят“ (Бюканан, 2011:173), ще експлицираме и нашето разбиране за социалния капитал. Според нас то дава възможност да се обясни *differentia specifica* на феномена като ли-

чностно достойние, която наистина го отличава от други социални феномени и същевременно държи сметка за неговата същност на капитал.

Пионерските работи на П. Бурдийо, Дж. Коулмън¹, Р. Пътнъм, М. Грановетер, по-късно на Ал. Портес, Фр. Фукуяма, Нан Лин и други трасират пътя към мащабното изучаване на феномена. Именно в техните концепции ще търсим основанията за изграждане на митологема за социалния капитал с оглед на възможностите, които му се приписват за обяснение на ефективно работеща демокрация и икономическо развитие. Фр. Фукуяма е един от най-запалените радетели на „мита“ за това, че социалният капитал е *sine qua non* (условие, без което не може) за стабилна либерална демокрация и икономически просперитет. През последните десетилетия екипи от международните институции, като Световната банка, Организацията за икономическо сътрудничество и развитие и Харвардския университет, проявяват изключителен интерес към проблемите на социалния капитал, както казва в една своя лекция Б. Бадура (2005), поради простия факт, че хората, за да бъдат икономически и социални субекти, се нуждаят от други хора.

Независимо от по-късното лавинообразно нарастване на литературата върху проблема за социалния капитал², все още съществува „разнобой“ върху неговото дефиниране и интерпретиране. Но въпреки голямото разнообразие на концепции, в по-голямата си част те са сходни в интерпретирането на социалния капитал като мрежи, ценности, доверие, и т.н. (макар Фр. Фукуяма да прави уговорката, че това са епифеномени на социалния капитал, но не конституират самия социален капитал), без да се дава отговор на въпроса защо тогава е необходимо въвеждането на ново понятие, когато може просто да се каже, че способността за сътрудничество, изработена и наследена в социалната еволюция, носи някакви допълнителни облаги за индивидите или за общностите в процеса на тяхното възпроизводство и оцеляване.

Поради преплитането на различни познавателни полета на авторите, анализиращи този епифеномен на икономическите действия, неговите дефиниции се разгръщат в различни плоскости и в руслото на социалния капитал попадат всевъзможни социални феномени: институциите, връзките, поведенията, управляващи взаимодействията между хората и допринасящи за икономическото и социалното развитие; социалната организация; ценности като доверие, реципрочност, и др.; мрежите, които могат да подобрят ефективността на обществото с улесняване на координираните действия. Такова „широкомащабно“ интер-

¹ Нерядко на български фамилията на автора е транскрибирана също и като Колман, Колеман, и други подобни. Тук възприемам транскрибинето на една от ерудираните преводачи на научни текстове от английски език Людмила Андреева.

² Преди 1981 г. броят на статиите, в които социалният капитал е определен като ключово понятие, е 20, от 1991 г. до 1995 г. броят им нараства на 109, между 1996 г. и март 1999 г. той вече е 1003. Цитирано по Baum, F. 2000. Social capital economic capital and power & further issues for a public health agenda. *Journal of Epidemiological Community Health*, 54&409-410.

претиране на социалния капитал е характерно за авторите, изкушени преди всичко от макроравнището на изследователския подход и икономическото познавателно поле, автори като Р. Пътнъм, М. Пелдем, М. Шифър, Фр. Фукуяма и други, които разглеждат социалния капитал в контекста на модернизацията, урбанизацията и съседството. Привържениците на микроравнището на анализ, чиято изходна координата е теорията на Г. Бекер за човешкия капитал, интерпретират социалния капитал преди всичко като качествена характеристика на индивидуалния социален деятел (актор или агент в терминологията на Бурдийо), т.е. предполагат, че индивидът инвестира за придобиване на социален капитал. За да се разграничат двата подхода, според Н. Лин е необходимо да се отговори на въпроса: „Кой получава печалбата – индивидът или групата?“

Когато социалният капитал се дефинира като ценности: честност, реципрочност и прочие, остава извън полезрението спецификата на социалния капитал, т.е. остават без отговор въпросите: Защо едни ценности са считани за социален капитал, а други не? Е ли безличното доверие социален капитал, или не? Правомерно ли е социалният капитал да се свързва с институциите и формалните социални структури, или не? Изобщо при прочита на литературата, посветена на проблемите на социалния капитал, се констатира толкова широкото му интерпретиране и тълкуване, че де факто става приравняването му, както посочихме по-горе, едва ли не с цялото поле на социалността, т.е. с всичко, което се отнася до социалността или има някаква социална характеристика. Вярно е, че М. Грановетер пише за вграденост (*embeddedness*) на икономическото действие в социалните отношения, но като поставя въпроса за факторите, които влияят върху ефективността при справянето със „сложните и идиосинкратичните транзакции“, той за разлика от О. Уйлямсън подчертава по-голямото значение на мрежите от лични отношения, отколкото на йерархичните структури, както за реда, така и за разстройството му (Грановетер, 1999). След това извежда зависимостта, че в определени ситуации (особено на пазара на труда) „слабите връзки“ имат по-голяма сила, отколкото „силните връзки“.

Общото, което може да бъде идентифицирано като мултипликатор на многото определения и тълкувания на социалния капитал, се свежда до неговото определяне като социални отношения, изградени на принципа на доверие и реципрочност в рамките на мрежите и гражданските (неформалните) норми. Социалният капитал се обяснява от различните автори с, ако не разнопорядкови, то различни социални категории, които понякога стигат до пълна неяснота. П. Адлер и Я. Куон, Б. Арнейл и други автори (Adler and Kwon, 2002; Arneil, 2006 & others) правят подробен преглед на различните дефиниции за социален капитал. Почти консенсусно повечето автори търсят интерпретацията му в ресурса, който се конституира от съвместната дейност на индивидите и най-вече в способността им да общуват чрез обмен на символни значения. Корените на концепцията, разглеждаща социалния капитал като отнесен към ефектите от човешката общителност и склонността към афилиации, могат да бъдат търсени в теориите на Смит, Маркс, Дюркем, Вебер, Тьониес (Portes, 1998:7-8). Основополагащите

концепции на П. Бурдийо и Дж. Коулмън за социалния капитал задават отправната координатна система в съвременната интерпретация на социалния капитал.

П. Бурдийо определя социалния капитал като „свкупността от действителни или потенциални ресурси, свързани с притежанието на *трайна мрежа от* повече или по-малко институционализирани *отношения* на взаимопознание и взаимопризнание; или, с други думи, свързани с *принадлежност към група*, като свкупност от агенти, които не само са надарени с общи свойства (способни да бъдат възприети от наблюдателя, от другите или от самите себе си), но са също така и обединени чрез постоянни и полезни *връзки*. Тези връзки са несводими към обективните отношения на близост във физическото (географското) пространство или дори в икономическото и социалното пространство, тъй като са основани върху размени, неразделно материални и символни, чието установяване и просъществувание предполага разпознаване на тази близост“ (Bourdieu, P., 1983). Позволихме си този по-дълъг цитат, защото, от една страна, именно схващането на П. Бурдийо за социалния капитал лежи в основата на съвременната митологема, и от друга, ние, стъпвайки на него, се опитваме да направим крачка в повече за разгадаване на неговата *differentia specifica*. За Бурдийо социалният капитал е ресурс на мрежите на индивида, свързан с повече или по-малко институционализирани отношения на взаимно познание и признание (Bourdieu, 1986).

Въвеждането на категорията „социален капитал“ в научен дебат става по времето на изключително силните позиции на неокласическата икономическа школа, с утвърждаването и получаването на широко признание на понятието „човешки капитал“ чрез работите на Г. Бекер и Дж. Минцер. Това насочва вниманието на П. Бурдийо към механизмите, по които се натрупва този човешки капитал, и към неравенствата, до които води. При опита си да се разграничи от К. Маркс, критикувайки го къде с основание, къде без основание, че ограничава човешката дейност само до икономическото пространство и представя обществото преди всичко като противостоене на капиталисти и наемни работници, той разработва своята теория за полетата, застъпвайки тезата, че човек живее едновременно в икономическо, културно, научно и политическо пространство. Освен това, ако за повечето изследователи социалният капитал се свързва с мрежи от социални връзки, П. Бурдийо използва понятието, за да обясни *неподправените реалности на социалното неравенство*, тъй като статусът на човека в обществото се определя от обема и структурата на натрупания капитал в различните му разновидности и състояния (форми на капитала). П. Бурдийо аргументира твърдението, че всички видове капитал се трансформират в икономически и така осигуряват на индивида достъп до различни икономически ресурси, като например субсидирани заеми, подхвърлена информация при инвестиране, протектирани пазари и други.

Според Дж. Коулмън социалният капитал е качество, което възниква при преобладаващо доверие в обществото или в част от него и прави по-ефективно действието на всяка от групите поради спестени разходи за транзакции. Същ-

ността на социалния капитал може да бъде разбрана чрез позоваването на рационалността и целенасочеността на индивидите. Той счита, че анализът на социалния капитал прокарва среден път между теорията за рационалния избор (социалната дейност е резултат на целесъобразния и аксиоматичен личен интерес на индивидите) и перспективата на социалните норми, която се стреми да обясни социалното поведение като зависимо от екзогенните принуди. Главната насоченост в концепцията му е, че социалните отношения, характеризиращи социалните структури, в които индивидите действат, са също и „ресурси“ за тях. За Коулмън социалният капитал не може да бъде изразен като проста същност, а „като вариации на различни същности, имащи общи характеристики, които се отнасят до някои аспекти на социалната структура и които улесняват действията на индивидите, изграждащи структурата“ (Coleman, 1990:302). Той е важен за индивидите или общностите поради своята икономическа и политическа функция¹. Авторът обособява три форми на социален капитал: отговорности и очаквания, които зависят от доверителността в социалната среда; възможността потоците информация да преминават през социалната структура, за да осигуряват основа за дейността, и наличието на социални норми, съпроводени с ефективни санкции. За Дж. Коулмън социалният капитал е също толкова продуктивен, колкото и физическия и човешкия капитал, но може да бъде изчерпан, ако не се възстановява. Дж. Коулман се стреми чрез идеята за социалния капитал да обедини двата подхода при анализа на индивидуалните действия. Този на социологическата гледна точка, която обявява индивида за детерминиран от средата и така го лишава от ефективен мотив за действие, и този на икономическата алтернатива, която обявява индивида за рационален и оставя извън ползването си неговата зависимост от средата.

Р. Пътнъм за разлика от Бурдийо и Коулмън разглежда социалния капитал като функционално достояние на групите от индивиди и по-специално на техните доброволни асоциации. През 1993 г. той провежда изследване за различното функциониране на демократичните институции в различните региони на Италия (Putnam, 1998), а през 2000 г. – на прилива и отлива от колективен живот в САЩ (Putnam, 2000). С първото утвърждава в академичните среди идеята за социалния капитал като начин за предсказване на възможното политическо

¹ Дж. Коулмън (Коулмън 1999) дава пример с търговията на елмази в Бруклин, където при сделка търговец на елмази може да даде на експерт за оценка на стойността цяла торбичка със скъпоценните камъни без предварителен контракт и без камъните да са застраховани, като не се безпокои от факта, че те могат да бъдат заменени с по-нискокачествени или въобще да изчезнат. Обяснението е, че в този квартал на Ню Йорк с такава търговия се занимават главно представители на еврейската етническа общност, едно затворено общество, тясно свързани помежду си със семейни връзки, посещаващи една и съща синагога и живеещи на едни и същи места. Това поражда висока степен на доверие и същевременно спестява много пазарни транзакции и повишава ефективността на размяната. По-късно Дж. Коулмън (Coleman, 2000) привежда затвореността на обществото като една от предпоставките за формирането на социалния капитал.

(и икономическо) представяне, а с второто поставя социалния капитал в политическия дневен ред като важен компонент на общественото благосъстояние. Именно той е изразител на концепцията за социалния капитал като обществено благо, което допринася за социалното включване. Според него, „като се има предвид, че физическият капитал се отнася до (се свързва с) физически обекти, човешкият капитал – до свойствата на индивидите, социалният капитал трябва да се отнесе до връзките между индивидите – социалните мрежи и нормите на реципрочност и доверителност, които произтичат от тях. В този смисъл социалният капитал е идентичен на това, което се нарича граждански добродетели“ (Putnam, 2000: 19). Според него социалният капитал като собственост на селищата и нациите е качествено различен от „индивидуалната“ си версия. Отчитайки спад на социалната включеност в САЩ, т.е. според него на социалния капитал, Р. Пътнъм обявява като главен виновник за това телевизията, чието масово разпространение води до отчуждение. Другите фактори според него са надпреварата за повече пари, което води до променена роля на жените – те излизат на пазара на труда. Влияние оказва и масовата мобилност, която редуцира локалните връзки. Намалената способност на хората с деен живот да се събират заедно и генерационните промени в ценностите и граждански ангажираното поведение също допринасят за това.

В дебата за социалния капитал се ражда и теорията за спояващ (bonding), съединяващ (bridging) и свързващ (linking) социален капитал (социални мрежи), която е съотносителна към теорията на М. Грановетер за силните и слабите връзки (Granovetter, 1973). „Спояващият“ социален капитал са силните връзки между членовете на хомогенните общности – семейство, приятели, единомишленици. Счита се, че този вид социален капитал има множествени функции: повлиява идентичностите; създава възможност за усвояване на редица ценности; повишава самочувствието и репутацията на индивида, чувство за принадлежност, взаимопомощ и други. Същевременно големият обем спояващ капитал може да окаже отрицателно влияние както върху включването на индивидите в хетерогенните общности, така и по отношение на развитие на такива феномени, като корупцията, поради силно развитото чувство за реципрочност (Andriani, 2013)¹. Именно връзките във и между хетерогенните общности осигуряват „съединяващия“ капитал – съседство, колеги, бизнес партньори и други. По-разнообразната информация и знания, които протичат по тези канали, позволяват натрупване на повече богатство за обществото, защото създават повече доверие в различието. „Свързващия“ социален капитал създават вертикалните връзки в обществото, т.е. връзките между хора на различно йерархично равнище. Теоретично авторите смятат, че този тип връзки осигуряват информация и ресурси от институциите на властта. Това е видът социален капитал, чиято липса води до социално изключване (Woolcock, 1998).

Освен посочените разграничения, които се движат по фокуса – външни, акцентиращи на отношенията между деятелите („bridging“ или „communal“),

¹ Тази теза аргументираме по-долу за българското общество.

или вътрешни, акцентирани на отношенията между деятелите в рамките на колективността („bonding“ или „linking“), и смесен тип отношения между деятелите (акторите), могат да бъдат отграничени и други подходи към социалния капитал – от гледна точка на макроанализа и от гледна точка на микроанализа. Поради трудността да се отдиференцира същността на социалния капитал, авторите предпочитат да концептуализират по посока: силни или слаби са връзките, хоризонтални или вертикални, институционализирани или не, отворени или затворени и т.н.

Ограниченията на така разработената митологема и скептичното отношение на някои автори могат да се прочетат в редица разработки (Andriani, 2013; Tzanakis, 2013 и други). Ние считаме, че социалният капитал трябва да се разглежда като ресурс със собствено съдържание, което може да бъде определено чрез заимстваното от М. Хърцфелд понятие за „културна интимност“. Адекватният отговор на поставените по-горе въпроси според нас ще даде възможност за очертаване на *differentia specifica* на този епифеномен за икономическите действия. Същността на социалния капитал може да бъде обяснена в контекста на противостоеенето на общност и институция, което противостоеене ражда зоната на „културната интимност“¹ (М. Хърцфелд, 2007). Тази културна интимност е основата на персоналните мрежи, защото членовете на всяка персонална мрежа са „прочели“ зададените им от съответното общуване кодове и не само са ги прочели, но и декодирали, т.е. така всеки в рамките на общността

¹ Намираме за изключително ползотворна тезата на М. Хърцфелд (Хърцфелд, 2007) за „културна интимност“, според която интимността е практическо изискване на социалния живот. „Интимността предполага най-вече познаване на предполагаемите социални несъвършенства, което предлага убедителни обяснения за видимите отношения от обществения интерес, изобилно представени в друга култура“ (пак там, с. 25). Независимо че авторът я разгръща в контекста на дифузиране на културите на национално и общностно представените структури, смятаме, че както самият той сочи – „Всички институционални структури са способни да произвеждат своите собствени специфични интимности...“ (пак там, с. 83) – теорията за феномена „културна интимност“ може да бъде успешно средство за рефлексия и на други социални структури, в случая „мрежата“. Бинаризмът (въвличането в бинарни избори) и дисемията (двойствената идентичност, при която се балансира между себепоказването пред чужденци и понякога тъжното самонаблюдение; двойствено отношение към идеалните образи на една култура) стоят в основата на културната интимност, понятие чрез което Хърцфелд изразява „формалното или кодирано напрежение между официалното самопредставяне и нещата, които протичат в частното пространство на колективното самонаблюдение“. (пак там, с. 32.) Дисемията, приемана като набор от „сдвоени социални кодове“ (с. 39), е характерна за възникването на мрежите, защото в социално отношение е важно как тези кодове биват използвани, а дешифриращата комбинация се предава само между членовете на мрежата. Културната интимност е припознаването на онези аспекти на културна идентичност, които предизвикват неудобство за външните хора, но въпреки това даряват вътрешните с увереност в наличието на тяхната общност, в близкото познание с основите на властта, което в даден момент може да позволи творческа непочтителност, а в друг, да подсили ефикасността на контрола (пак там, с. 17).

влиза в ролята и на *lector* (коментатор на текстовете), и на *auctor* (произвеждащият текстове). На всеки се е случвало да попадне на разговор, където се говори на така добре познатия му език, но смисълът остава непонятен за външния наблюдател, а е достъпен само за членовете на една и съща персонална мрежа. Същото е, когато се чете литературно произведение, написано в дискурс, който е непонятен за читателя.

Като тръгваме **от разбиранията на:**

П. Бурдийо за социалния капитал като ресурс на мрежата от повече или по-малко институционализирани отношения;

Дж. Коулмън, че социалният капитал е всеки аспект от неформалната социална организация и зависи в частност от затвореността на социалните мрежи;

Фр. Фукуяма, че за възникването на социалния капитал е важно спонтанното общуване, стоящо в основата на създаването на нови асоциации, чиито характеристики са хоризонталност и неформалност;

А. Портес, че способността да се натрупва социален капитал е характеристика на мрежовите отношения, които индивидът изгражда;

Н. Лин, че социалният капитал е сума от богатство, власт и авторитет на членовете на мрежата, с която фокалният актор има преки контакти;

У. Бейкър, че социалният капитал като ресурс се получава от специфични социални структури и деятелите (агентите, акторите) го използват в свой интерес;

и следните изходни предпоставки на анализа, а именно:

1. Ако ще се идентифицира нещо като капитал, то наистина трябва да носи характеристиките на капитал и преди всичко да е ресурс, който се включва в дейността на индивида с цел да му донесе печалба;

2. Социалният капитал дава възможност на индивида да разполага с енергията, характеристиките, усилията и времето на другите (т.е. с техния човешки капитал) дейтели;

3. Социалният капитал има интерсубективно битие, но това не го прави по-малко реифициран (овеществяван) в полза на конкретния индивид;

4. Функцията на социалния капитал е да сведе (да снее) протичащите на различни социетални равнища социални процеси до индивида;

5. Социалният капитал трансформира вертикалните отношения в хоризонтални;

стигаме до разбирането, че социалният капитал може да бъде обяснен с реифицирането (овеществяването) на „културната интимност“ (*М. Хърцфелд*) между индивиди, принадлежащи към различни социетални групи и институции, но включени в персоналната мрежа на актора (деятеля).

Т.е. не всяка мрежа от човешки взаимодействия и не всякакви социални отношения и взаимодействия са характеристики на социалния капитал, а само тези, които са резултат на *реифицирана културна интимност*¹. По принцип

¹ Например, огласявайки за проведения общ обяд с шефа, ние правим точно това реифицираме създадената културна интимност и с това превръщаме неговия човешки капитал в наш социален.

мрежите са продукт на прехода от „принадлежност към общността“ към „идентификация с общността“ (З. Бауман)¹. Преход, който се осъществява с утвърждаването на модерността при разпада на традиционалистката универсализация и подмяната ѝ с модернистката индивидуализация (уникализацията). Търговайки от сходна отправна точка за разликата между „традиционния“ и „модерния“ човек и от разликата, която Н. Луман прави между термините доверие-в (trust) и споделеност-със (confidence), А. Селигман развива своята концепция за проявата на доверието, когато институциите не функционират ефективно и когато личностните очаквания за изпълнението на техните функции не се реализират (Seligman, 1997).

Персоналната мрежа, за разлика от полетата, които са достатъчно хомогенизирани², дифузира през различни полета и институции, защото се изгражда на принципа на персоналните контакти, заимствани от общността и същевременно е *ерзац общност*. Персоналната мрежа възниква като реакция на унифицирането на „предписаната“ социална позиция. Тя е средството за уникализация на стратегиите на индивидите и по този начин е *пространството на ситуиране на социалния капитал*. Но мрежата сама по себе си като предпоставка за социален капитал не е самият социален капитал. Понеже се изгражда на принципа на персоналните връзки, тя предпоставя възможността за възникване на „културна интимност“. Персоналната мрежа създава условията за използване на културните феномени като прикритие за социално действие, създава условия за „споделена културна обвързаност“ (М. Хърцфелд).

Именно поради тази културна интимност деятелят (акторът, който в случая съвпада с лектора, защото всеки индивид произвежда и прочита кодовете на мрежата, в която е включен) може да припознава човешкия капитал на другия като свой и да се възползва от възможността да разполага с него като повишава собствения си имидж и така привлича към себе си повече ползи, ресурси и печалби.

Персоналната мрежа се конституира без официална власт и въпреки това определено може да се постулира, че в основата на конституирането ѝ стои „културната интимност“, която в случая се явява отграничаваща алтернатива, както на глобалния културен контекст (в повечето случаи останал недоразбран от членовете на мрежата), така и на общностно-приетите възгледи. Като поле на реификация „културната интимност“ задава чувството на сигурност чрез защитеност както от легалната намеса на институциите, така и от нежеланото вмешателство на членовете на различни общности, към които индивидите от мрежата принадлежат. *Мрежата сама по себе си сменя двата относително*

¹ Подробно за общността и институцията може да се прочете в Ракаджийска, Т., 2010. Пазарът на труда. Социално-икономическо поле между държавата и пазара. С: Унив. изд. „Стопанство“.

² Полетата, така както ги рефлектира Бурдийо, макар със значителни дистинкции между позициите, са социални конструктори от хомогенни или сходни позиции, следствие на еднородна дейност.

противоположни аспекта на социалността – общността и институцията, затова и „включването“ в мрежа не означава автоматично придобиване на социален капитал. Освен това мрежата за разлика от общността е аморфна и гъвкава, поради което е толкова трудно емпиричното изследване на мрежите. Именно чрез мрежата като мезоравнище се свежда макро- до микроравнището. При едни транзакции, тя може да е първоизточник на социален капитал с позитивно значение и за индивида, и за обществото, при други – с негативно, или с позитивно значение за индивида и с негативно значение за обществото и обратно. Затова и М. Грановетер говори за различните възможности при наличието на доверие – както за взаимноизгодно сътрудничество, така и за злоупотреби.

Когато не се постига културна интимност в съответната мрежа, се попада в ситуация на „le Differend“ (Лиотар)¹. В желанието си да демонстрират „общодостъпност“, „всекидневност“ принадлежащите към мрежата фамилиализират начина си на говорене, като в същото време създават кодови стерiotипи на общуване и поведение, известни само на „посветените“. С други думи, всяка *персонална социална мрежа* има свой културален код и само тези, които го владеят, могат иманентно да се възползват от този ресурс. Човешките индивиди независимо от институционалната генеалогия на социалността носят езотеричната си потребност от интимност, от близост, от доверие, поради което и цялото им съществуване е една вечна дилема между сигурността (зависимостта) и рисковостта (свободата), между принадлежността (идентичността) към групата и рационализацията на индивидуалния избор (Бауман, 2003).

Социалният капитал означава реификация на потенциалните възможности на човешкия капитал на различните членове на мрежата чрез интернализация на културната интимност и реалната възможност един член на мрежата да ползва, „присвоява“ човешкия капитал на другите членове в своя изгода. Тогава социалният капитал като ресурс произвежда индивидуализирана полза или печалба. Именно така социалният капитал може и да се разглежда като частно благо, каквото той е според П. Дасгупта. Процесът на интернализация изисква сериозни инвестиции от страна на индивида за поддържане на мрежата и нарастване на способността му да усвоява сдвоените социални кодове на културната интимност на мрежата, т.е. на способността му да употребява в своя полза ресурсите на мрежата. Това дава основанието за твърдението, че и социалният капитал има способността да самонараства и също е капитал, или може би по-точно е да се каже, една от формите на капитала. Персоналната мрежа възниква като реакция на унифицирането на „предписаната“ социална позиция. Тя е средството за уникализация на стратегиите на индивидите и по този начин е *пространството на ситуиране на социалния капитал, като съ-*

¹ Специфичният термин на Лиотар означава „ищец, който, бидейки лишен от средствата на аргументацията, се превръща в жертва“. Другият, чуждият, който попада в ситуация, при която правилата за разрешаване на конфликта са установени в идиоматиката на другата страна и той не може да докаже, че е бил потърпевш в конфликта (Лиотар, 1996:34).

щевременно създава възможност за трансгресия през различните позиции (Ракаджийска, 2010)¹. Ресурсът социален капитал се използва ефективно за интеграция и социално включване. Социалният капитал може да бъде оползотворен при формиране на адекватни политики от страна на властващите социални групи (Мишева, 2013 : 97)².



Фигура 1. Интеграционен процес и ресурсът социален капитал

Източник: Мишева, М. *Икономическа имиграция и интеграция на имигрантите – българската ситуация в европейски контекст*.

Така става ясна връзката между човешки и социален капитал. Нормално е колкото повече членове има в една персонална мрежа и те са с висок социален статус, т.е. с висок престиж, толкова повече социален капитал да бъде привлечен от този, който е изградил съответната мрежа. Колкото е по-качествен човешкият капитал в съответната социална мрежа, толкова по-качествен ще бъде и използваният социален капитал.

¹ Тази концепция за социалния капитал бе развита в книгата на Т. Ракаджийска, 2010. Пазар на труда. Социално-икономическо поле между държавата и пазара, но тук е доизяснена и допълнена съобразно новите дирения на авторите.

² По-подробно може да се види в: Мишева, М. 2013. *Икономическа имиграция и интеграция на имигрантите – българската ситуация в европейски контекст*. Дисертационен труд, защитен в УНСС.

Има ли основания да се говори за криза на социалния капитал в България

Измерваният от британския Legatum institute индекс на благополучието (The Legatum prosperity index) за 142 страни вече шест години показва развитие в световен мащаб по шест от осемте измервани съвкупни показателя, въпреки финансовата и икономическа криза. Композитният индекс включва осем комплексни индикатора, които са: икономика; предприемачество и възможности за просперитет; управление; образование; здраве и здравеопазване; безопасност и сигурност; личностна свобода; социален капитал. Данните за социалния капитал според екипа на изследването разкриват, че страните, които демонстрират високо доверие, силна семейственост, широко разпространен стремеж към милосърдие (благотворителност), определено са по-богати от средното в сравнение със страните, които демонстрират само един или два от тези феномена (The 2014 Legatum prosperity index™ rankings, p. 29). По отношение на съвкупния индекс според данните България за 2014 г. се ситиуира на 48-о място, като в рамките на тези шест години се движи: от 47-о – 46-о място за 2009 г. и 2010 г., през 48-о за 2011 и 2012 г. и 49-о за 2013 г. Що се отнася до социалния капитал обаче, положението е доста по-различно – 87-о място за 2014 г. При цялата условност на изследваните емпирични индикатори, за която пишат и изследователите, провели изследването, остава правомерен въпросът за кризата на социалния капитал в българското общество, която не е от „вчера“.

Малкият мащаб на българското общество и наследеният общностен бит го структурират в няколко мащабни социални мрежи, поради което функционирането му е белязано от лични мотиви, роднинство, вражди, корупция¹. Комуналността е израз на неразвити социални институции. Неразвитите социални институции означават неразвити посреднически структури и средства за дейност. Когато няма диференцирани и ефективни средства за дейност, няма особено разделение и в социалната структура и съвсем естествено възниква стремеж тези липси да бъдат компенсирани с личностно-мрежови структури. Стремеж, който се запазва и до днес. Така че „семейното и приятелското“ не само през „целия първи български капитализъм“, както мисли Р. Аврамов, играят роля на „обществено“, те играят такава роля през цялата модерна история на България, като по този начин компенсират липсата на развито институционално посредничество. Българското общество се характеризира с тотално преобладаване на тези мрежи (силните връзки – в терминологията на М. Грановетер) не само защото е бедно, малко и слабо, но защото, както показват редица социологически изследвания, тези мрежи играят съществена роля и в най-развитите общества. (Granoveter, 1973; 1985).

¹ Ние сме склонни да третираме корупцията като третичното (първичното е в резултат от участието във възпроизводствения процес, вторичното е в резултат от разпределението на държавния бюджет) разпределение на доходите в резултат на натрупан човешки и социален капитал.

Кризата на социалния капитал може да бъде проследена още от времето, когато се правят първите опити за водоснабдяване с питейна витошка вода на столицата през двадесетте години на XX век и същевременно с помощта на новоконституираните властови институции (финансови, управленски, комунални) се пренасочват значителни национални средства към личните финансови сметки, запазвайки принципа „наш човек“ (вж. Аврамов, 2007), с което формиралата се в миналото дистинкция, се запазва трайно в съзнанието на новосформиращата се нация и дава началото на възприятието и на собствената власт като чужда. Дистинкцията (Bourdieu, 1984): НИЕ, които сме **във-, с- и около-**властта, черпейки облаги от тази позиция ↔ ТЕ, които са против-властта, следователно и против нас, защото искат промяна, която ще ни лиши от нашите облаги. Само че ТЕ са мнозинството, останало извън властовите позиции и даващо си сметка, че само те могат да му донесат облаги, поради което естествено се стреми да се домогне **до-, във- или около-**властта. Така дистинкцията спрямо останалите е не просто ТЕ-ДРУГИТЕ, а се трансформира в ТЕ-ЧУЖДИТЕ, нищо, че са като нас, защото те искат да ни изтласкат и да заемат нашите позиции, т.е. облаги.

Кризата на социалния капитал в България навлиза в нов период през времето, в което и поради съществуващите етнико-съседски мрежи, и поради идеологически причини, голяма част от българите се преживяват като попадащи **във-, с- и около-**властта и търсят активно или очакват пасивно някакви облаги от нея. В малцинство остават тези, които се чувстват **извън-**властовите отношения. Кризата на социалния капитал в България търпи своята кулминация сега, когато една част от тези, които бяха **във-, с-, около-**властта, и тези, които бяха **извън-**властта, се съюзиха и с този съюз лишиха голямото мнозинство от българския народ от илюзията, че са **във-, с- и около-**властта. Така отново се задейства принципът „всички са маскири“ (Ал. Константинов) и властта отново се асоциира с ЧУЖДОСТ, която не просто перманентно лишава населението от обичайни облаги, но го лишава и от способността да съпреживява тези около себе си като СЪ-общност, т.е. лишава го от възможността да изгражда определена степен на културна интимност, която да сплотява индивидите в реални общности, способни не само да се противопоставят на тези, които са **във-, с- и около-**властта, но и да разчитат на тази културна интимност, изграждаща техния социален капитал в трите му разновидности (спояващ, съединяващ и свързващ), а не само като спояващ. Кризата трансформира обществото от общество, ориентирано към притежанието, към общество, ориентирано към материалния успех и потреблението, при което притежанието става само досаден, но необходим инструментариум, а съвсем не цел за себerealизация, както е при „съзидателните отрицатели“ (Й. Шумпетер).

Направеният контент-анализ на съдържанието, публикувано в публично-то медийно пространство у нас, в последните месеци показва, че избобеляват твърденията, че в българското общество има криза на доверието. Няма обаче

направени съществени изводи по посока на кризата на социалния капитал. А тя има основно три измерения:

- *по отношение на неговия недостиг;*
- *по отношение на неговото преекспониране;*
- *по отношение на неговата подмяна с виртуалния като ерзац-социален.*

Недостигът на социален капитал може да бъде разгледан както във връзка със социалната локация на субектите на персонални мрежи (голямата диспозиция на българското население през последните десетилетия по посока на стратификационните полюси богат – беден, която не позволява на голяма част от населението да инвестира в изграждането на персонални *свързващи* мрежи), така и по отношение на качеството на конституираните социални мрежи. Тоталното дезограмотяване (за да не използваме навлезлия в публичното пространство термин „опростачване“) не позволява на субектите на персонални мрежи да дешифрират сдвоените кодове на „културната интимност“ или дешифрирането им е неадекватно, тъй като социалните и социално-икономическите практики стават все по-ограничени и едностранни. Това влошава възможността, от една страна, да се тълкува натрупаната, традиционна „културна интимност“, а от друга, да се конструира нова, още повече, че конструирането на такава изисква повече от две десетилетия време. М. Желязкова интерпретира данните от Европейското социално изследване за България и разкрива, че те показват ниско качество на социалните мрежи на българските граждани, което от своя страна определено води до отчуждение както между различните хетерогенни общности, така и между членовете на хомогенните общности (Желязкова, 2010).

Преекспонирането на социален капитал се използва от притежателите му в опитите им да запазят статуквото и тогава, когато са нарушени очакванията за ефективно функциониране на институциите. Ненапразно един голям процент от представители на бизнеса (за 2007 г. – 43%, като за големите фирми той е 60%) декларира, че за набиране на персонал предпочитат да използват всички възможни посредници в комбинация¹, но предпочитанията са към персоналните мрежи като посредник. Същевременно ориентацията на бизнеса към различните посредници на пазара на труда са в силна зависимост от локализацията на фирмата. Тези, които осъществяват своя бизнес в столицата, са ориентирани към използване на персоналните си мрежи, в областните градове – бюрата по труда, в малките градове и селата – ориентацията се разпределят между персоналните мрежи и бюрата по труда. Това, разбира се, може да се обясни с факта,

¹ Данните са от проведено ЕСИ по проект № НИД 21.03 – 10/2005 г. на тема „Трансформация и адаптация на българския бизнес в процеса на евроинтеграция“, финансиран от УНСС, от научен колектив: Т. Ракаджийска – научен ръководител, Б. Колев, М. Стоянова, С. Тодорова. Разчита се на дирижирана извадка. Изследвани на терен са 940 фирми през юни – юли 2007 г. По-подробно виж в: Колев, Бл., Т. Ракаджийска, М. Стоянова, С. Тодорова, 2009. *Културални нагласи на българския бизнес в процеса на евроинтеграция*. София: Унив. изд. „Стопанство“.

че в столицата се изграждат по-обемни и по-качествени персонални мрежи, които създават възможност за наличието на трите вида капитал.

От друга страна, неравенствата в социалния капитал, макар и косвено, са индикирани от някои несъответствия на статистическите данни, резултат на избраната методика за събиране на емпирична информация. Националният статистически институт измерва индикаторите на пазара на труда чрез трите големи изследвания на терен, като в трите се използват различни дефиниции за наети и заети. Когато се съпостави броят на „заетите“, измерени по едната и другата методика, се констатира несъответствие в данните от порядъка на 469 500 души. При „наетите“ разликата е – 433 800 души¹. Дори когато се вземе предвид горната граница на доверителния интервал, остава трудно разгадаването на тази „мистерия“. Една „крилата“ фраза на един български социолог гласи, че „социологът не е следовател, а изследовател“, в случая, човек трябва да е и поне малко следовател, за да получат адекватна интерпретация тези „загубени“ или „намерени“ по пътя 469 500 бройки.

Дали става въпрос за добре познатите ни „мъртви души“ на великия руски сатирик Гогол, или напротив, за „свърхживи“ индивиди на нашето съвремие? Обяснението според нас може да се търси в *трансгресията* на социалния капитал. На пръв поглед може да изглежда странно, но инкорпорираното състояние на социалния капитал (П. Бурдийо) и неговото преекспониране може да увеличи, разбира се, не бройките на заетите, а *броя на работните места, заети от едно и също лице*. Когато за единица на изследването се използва домакинството, тогава всеки наблюдаван заявява за себе си един избран от него статус по заетостта. Когато обаче за единица на изследване статистиците използват предприятието, няма как да се установи в колко предприятия даден индивид заема работни места (на изпълнителен персонал, на управленски кадър или на административен апарат или и на трите едновременно, в едно или в различни предприятия), защото информацията се събира по ведомости и разчети.

Тези, които имат по-качествен социален капитал и са в състояние да го оползотворяват ефективно, т.е. да го преекспонират в полето на трудовия пазар, се реализират едновременно на две, три и повече работни места. Така се получава разминаването с тези 469 500 бройки при отчитането на „заетите“ или пък тези при „наетите“ – работни роли, персонифицирани от едни и същи индивиди чрез няколко трудови договора или служебно правоотношение и трудов договор, или пък и двете заедно. Това лишава други индивиди с по-малко като обем или по-некачествен социален капитал от възможността изобщо да се реализират на трудовия, а оттам и на другите видове пазари. Разбира се, има и други аспекти на преекспонирането на социален капитал, но сега няма да се спираме на тях (вж. подр. в Ракаджийска, 2010).

¹ Сравни данните от Статистически годишник 2007. НСИ, с. 94 и с. 96 и данните от Заетост и безработица, годишни данни 2007. НСИ, с. 22.

Социалният капитал във виртуалното пространство

Подмяната на социалния капитал с виртуален (ерзац-социален) е в процес на осъществяване и за краткото време, през което сме свидетели на нея, е трудно да бъде еднозначно коментирана, но все пак могат да се очертаят някои тенденции. Преди всичко трябва да се обърне внимание на факта, че става въпрос за случаите на действителна подмяна на социалния капитал с виртуален, а не просто за експониране на социалния капитал във виртуалното пространство.

Несъмнено в повечето социални наративи са фиксирани едни от основните промени в съвременния глобализиращ се свят, свеждани от редица изследователи до комодификацията и американизацията на културите. Тяхната генеалогия е продукт на засилената роля на въображението в социалния живот. Ако преди въображението традиционно е било всекидневна практика на малцина, сега фантазията става *повсеместна социална практика*. Тя конструира социалния живот на много хора в много общества през призмата на житейските възможности, предлагани от масмедиите (Appadurai, 1996), а сега вече и от социалните виртуални мрежи. И ако при сблъсъка на ежедневието и неговото въображаемо съответствие (The imaginary as a Lacanian term – Jacques Lacan, 2002) се създават „въобразените общности“ (Андерсън, 1998), то сега се раждат „въобразените светове“ (Ападурай, 2006). Това са светове, които исторически ситуираните въображения на хората и групите създават. Все по-силното навлизане на електронните медии в полето на всекидневния живот води до нарастване на ролята на въображението в съвременния свят и така до промяна в темпоралността на местата на паметта. Ако стар пергамент отпреди новата ера, една книга от Средновековието могат да бъдат четени и сега, все още неподвластни на времето, и могат да разкриват тайните на тогавашния свят, то интернет сайтовете имат все по-кратка темпорална битийност – стигаща дори до няколко месеца. За сметка на съкращаване на времеността се разширява пространствеността (навлизане във все повече социални полета). Това е процес, при който въображението не само се развихря, но и се освобождава от каквито и да е лични и социални отговорности. В същото време предлаганите от електронните медии образи и информация се комодифицират и придобиват икономическите характеристики на обикновените стоки. Образните светове и информацията, предоставяни от електронните медии, имат своята *въобразена стойност (imagined value)* и само благодарение на нея стават носители и на разменна стойност. Всеки агент в социалното поле може да приписва на различните образи различна въобразена стойност. Колкото по-примамлив е въобразеният свят за всекидневното съзнание като *желан* начин на живот, толкова по-висока въобразена стойност имат неговите образи.

В социалното пространство онтологията на жизнения свят се структурира на: „свят в моя „актуален обсег“ (свят, върху който се действа непосредствено, светът на приближените); „свят на „възстановимия обсег“ (тази част от реалността, която вече е била в актуалния обсег, сега не е, но би могла да бъде привлечена обратно в актуален обсег, светът на предшествениците); „свят на

„достижимия обсег“ (слоят от социалния свят, който не е бил, не е и сега, но който по принцип би могъл да бъде в актуалния обсег, светът на следовниците)“ (Коев, 1997). В онтологията на виртуалното пространство според нас тази структура приема почти едномерно измерение на „свят на актуален досег“ и моралният коректив на другите две измерения губи своята сила. Особено доколкото не се търси точна рефлексия и не се държи сметка, както обикновено се случва във всекидневния опит, на разликата между *мисленето за света* и *мисления свят*. И ако „да живееш, означава постоянно да-живееш-в-увереността-за-света“ (Хусерл, Е.1992:167), то трудно може да се притежава такава увереност за свят, който е мимолетен (само докато има публичен интерес към даден сайт). Но въобразените светове предлагат и въобразена „практика“, и все още не е напълно ясно доколко и какви образци на поведение тя може да създава или по-скоро създава *липса* на такива образци. Точно поради това все по-често дори в академичните дискурси сме свидетели на практиката „copy-paste“, която е буквално *присвояване в своя изгода от член на мрежата на човешкия капитал на другите членове, макар в някои случаи да става въпрос за изключително индиректни мрежови връзки*. Именно това е начинът да се трансформира социалният капитал във виртуален, т.е. в ерзац-социален.

Като анализира практиката на такива сайтове, като „Stack Overview“, „Stack Overflow“, „Task Rabbit“, „Lending Club“ и други, Рейчъл Ботсман, повлияна от новата виртуална реалност и случващото се в реалната икономика, следствие на възможността, която предоставя мрежата за „директно“ сътрудничество между клиенти и предприемачи, предлага ново интерпретиране на човешкия капитал: „Репутацията е валута, която мисля, че ще стане по-силна от историята на кредитите ни през 21-ви век. Репутацията ще бъде валутата, която казва, че можете да ми се доверите“ (Botsman, 2012). Тя дори счита, че следващият етап на икономиката ще се нарича икономика на репутацията, защото хората започват да разбират, че репутацията, която е изградена на едно място, започва да има съществена стойност и в други полета. Авторката смята, че през 21-ви век новите мрежи, доверието и репутацията, които те създават, ще наложат преосмисляне на начина, по който сега се мислят богатството, пазарите, силата и личната идентичност. Ние мислим, без да споделяме нейния иначе вдъхновяващ ентузиазъм относно безоблачното сътрудничество във виртуалното пространство¹, че към „репутацията“, т.е. човешкия капитал, трябва да се прибави и социалният капитал, интерпретиран по начина, който представихме в настоящата студия.

¹ Нашият песимизъм е породен най-малко от факта за онези 84% The Darkweb Revealed, които остават скрити от Google комуникацията и в пространството, на които може да се купи всичко: от фалшиви пари до наркотици, да се поръча наемен убиец или да се купят органи за трансплантация (Тъмната страна на нета, 2015).

Изследването, което проведохме и целящо да проследи какви са ползите от фейсбук, проведено в българското виртуално пространство¹, показва, че засега българските граждани все още са в началото на формиране на съзнателна употреба на социален капитал във виртуалното пространство, но други факти потвърждават тенденцията на трансформирането му във виртуален т.е. ерзац-социален. Колкото по-качествен човешки капитал индивидът привлича в своята персонална мрежа, толкова по-качествен ще бъде и неговият социален капитал. Един характерен пример за извличане на ползи от социалния капитал чрез виртуалното пространство и по-специално чрез фейсбук, чудесна илюстрация на нашата теза, откриваме в опита на младата българска писателка Ивинела Самуилова. На страниците на своя роман (Самуилова, 2013) тя включва съдържанието на дискусиите, които сама предизвиква във фейсбук профила си по редица въпроси, използвайки човешкия капитал на членовете на групата си.

Мрежата фейсбук и ползите за потребителите ѝ (българският случай)

Съвременната форма на развитие на обществата според Мануел Кастелс се характеризира със стремеж към технологично развитие и по-висока комплексност при обработката на информацията. Информационализмът е основан на технологията на познанието и информацията, които проникват във властта и ги променят, поради което възникват нови исторически форми на социално взаимодействие, контрол и промяна (Кастелс, 2004). Мрежата фейсбук е една от новите институционални форми на власт и социалност, които заслужават изследователско внимание. Започнала като университетска мрежа за обмен на информация между няколко човека, за десет години фейсбук мрежата преживява разрастване до 1,39 билиона активни участници в платформата. Обменът на информация вече не е от основните дейности, осъществявани чрез нея, а по-скоро събирането на информация. Личните данни на всеки участник *доброволно* предоставени на фейсбук мрежата при регистрация, включват демографски и социални характеристики в диапазона от пол и месторабота, през семеен статус, до какво харесва, с кого си общува и къде се намира.

Всъщност основателят на платформата Марк Зукърбърг използва необходимостта на хората от общуване като средство за събиране на информация, която всички очакват в един момент да бъде капитализирана. Посредством редица креативни начини фейсбук мрежата подтиква членовете ѝ да споделят все повече информация за себе си и останалите. Един такъв начин е предложението, което платформата отправя към ползвателите си за персонални „time lines“ за изминалата година, генерирани автоматично за всеки профил. Разбира се, това се осъществява ненаатрапчиво, очаква се допълнителната информация от потребителя, за да бъдат публикувани. Друг начин е геотаргетирането – снимките и съобщенията могат да отбелязват точното местоположение на потребителя в

¹ Даваме си сметка за пълната условност на такова отграничение. Българско само доколкото сме провели допитването си на български език и съответно респондентите ни са български граждани. Това не изключва възможността техните персонални мрежи и профили във фейсбук мрежата да бъдат интернационално обогатени.

момента, като се препоръчва да се отбележат и хората, с които той е на съответното място. Вкусовете на потребителите, които „доброволно“ чрез „всеомогъщия“ бутон „харесвам“¹, са подканяни да харесват личности, марки, снимки, събития и всичко, което може да бъде остойностено в мрежата, се оценяват чрез тази информация. От 2014 г. фейсбук мрежата може да събира информация за потребителите си, дори и да са извън платформата. Много сайтове и платформи за слушане на музика изпращат информация към фейсбук мрежата: каква статия е прочетена; каква музика е слушана или какъв продукт е разглеждан, дори и потребителите да не са натиснали бутона „харесвам“. В комбинация с демографската информация, геолокацията и информацията за персоналните мрежи на всеки потребител това е може би една от най-големите бази данни за човешкото общуване, събирана някога.

През последните години фейсбук мрежата наема много млади доктори по социология, които създават модели на поведение, базирани на огромното количество данни, с които разполага компанията (Кастелс, 2004). Разбира се, те са свързани със стратегията на фейсбук мрежата да бъде център в живота на всеки човек (а в един бъдещ, но не съвсем далечен момент и контролиращ живота на всеки човек) и информацията, която произтича от тази централизация, да бъде използвана за продажба на реклами. Един от тях е Ит. Бакши, с докторска степен в областта на комуникациите от Университета в Мичиган, САЩ, на когото е дадена уникалната възможност да използва данните в сървърите на фейсбук мрежата за своего рода социален експеримент. Бакши изследва доколко информацията, предавана във фейсбук мрежата, се възприема като достоверна и възпроизвеждаща т.нар. „ехо камера“: доколко действията са повлияни от тези на близките приятели, които имат подобни вкусове до тези на индивида, т.е. усилват се, потвърждават мненията, близки до неговото. Той открива, че близките приятели силно влияят на информацията, която се споделя, но общото им въздействие е потиснато от колективното влияние на множество по-далечни контакти – това, което, както посочихме по-горе, Грановетер нарича „слаби връзки“ или „силата на слабите връзки“. Разнообразието на слабите връзки най-силно определя на каква информация всеки е изложен и каква споделя. Това изследване представя силно доказателство срещу идеята, че социалните мрежи създават вредните „филтърни мехурчета“². Създава се „информационен мехур“, в който не попада информация за останалия свят³.

Резултатите от проучването на Бакши разкриват властта и силата на фейсбук мрежата. Първо, защото извадката, с която той работи, е „умопомрачител-

¹ Той се превръща във всемогъщ, защото културата на индивидите все повече се унифицира по посока на потребителството и все по-малко по посока на себerealизирането и себеутвърждаването (вж. Ападурай, 2006).

² „Филтърните мехурчета“ е термин, използван, за да се опише фактът, че в информационния поток на потребителите във фейсбук мрежата попадат неща, които се харесват само от социалния им кръг, т.е. неща, които им допадат.

³ Източник: <http://www.thefilterbubble.com/> – последно посетен на 29.04.2014 г.

на“ – 253 милиона активни потребители от 236 страни, които доброволно още при регистрацията си са посочили демографски характеристики (Bakshy& all, 2012). Второ, защото показва, че фейсбук мрежата може да контролира разпространението на информация. „News feed“ или новините, които се показват на потребителите, са мрежово ограничени и във всеки момент достъпни за анализ от платформата. Според изявлението на един от анализаторите във фейсбук мрежата те не се стремят да променят моделите на комуникация в обществото, за да ги манипулират, а по-скоро да разберат повече за поведението на хората, за да адаптират по-добре продукта си. Но това твърдение може да предизвика много въпроси, защото централизирането на толкова голям обем информация в ръцете на няколко човека създава нов вид контрол и бъдещето ще покаже дали управляващите фейсбук мрежата ще реализират само функцията съхраняване и капитализиране на информацията, или ще се възползват от предизвикателството на възможността за осъществяване на тотален контрол. Въпрос е и дали самото капитализиране не е предизвикателство и използване на чуждия човешки капитал в своя полза, т.е. като виртуален, т.е. ерзац-социален капитал.

След като се запознахме с друга методика, използвана от Н. Елисън, Ч. Стийнфелд, К. Ламп и описана в тяхната студия „Ползите от Фейсбук-приятелите: Социалният капитал и студентската употреба на сайтове на онлайн социалните мрежи“ (Ellison, Steinfield, Lampe 2007), ние проведохме подобно на тяхното изследване по адаптирана методика. Избраният начин на провеждане на анкетата предполага, че на нея са се отзовали лица, които имат достъп до компютър, свързани са с интернет и имат профил във сайта за свързване в фейсбук мрежата¹. Във връзка с използването ѝ в изследването са включени няколко въпроса, които да характеризират потребителите на фейсбук мрежата и характера на дейностите, които извършват в този сайт за свързване в социална мрежа. Целта е да се добие представа дали фейсбук мрежата се използва от потребителите ѝ повече, за да се запознават с нови хора във виртуалното пространство, или за да поддържат онлайн и укрепват връзките, които са възникнали извън виртуалното пространство, както и да се открият възможностите на

¹ За анализиране на връзката между употребата на фейсбук мрежата и изграждането, поддържането и използването на социалния капитал е осъществено количествено изследване на тема „Фейсбук мрежата и социалният капитал“ през март 2015 г. от авторския колектив, използвайки метода на анкетиране, като за целта е изработена уеб – базирана анкетна карта чрез безплатния инструмент GoogleDocs (<http://docs.google.com>). Резултатите от изследването са валидни за двата вида извадки, които са включени в него. Онлайн анкетата бе разпространена по два начина и се формираха две извадки. Първата извадка е според отзовалите се на публикувани във фейсбук мрежата покани за участие в изследването. На тези покани се отзоваха 139 човека от различни възрасти, от различни населени места, с различен трудов и семеен статус. Втората извадка е формирана чрез участието на студенти, първи курс в УНСС, общо 156 човека. Изследването не е представително и се използва като ориентир за очертаване на състоянието на изследвания проблем.

мрежата за трансформирането на чуждия човешки капитал в своя полза, т.е. превръщането му в социален или на социалния във виртуален.

За възможността това да се случи във виртуалното пространство фейсбук са необходими определени предпоставки, свързани с пребиваването в това пространство. Резултатите показват, че отзовалите се потребители на фейсбук мрежата декларират средно прекарано време във своя профил между 30 минути и 2 часа, като имат и средно между 401 и 600 приятели (вж. по-долу таблица 1).

Интензивността на използването на фейсбук мрежата¹ измерваме чрез съответния индекс с цел да се получи по-добро измерване на употребата ѝ в сравнение с честотата и продължителността. Тази мярка съдържа две самооценки на поведението във фейсбук мрежата, които измерват степента, в която участниците са активни там: броят на фейсбук приятелите и времето, прекарано активно във мрежата, както и серия от въпроси, чрез които се отчита степента, в която изследваните лица са емоционално свързани с фейсбук мрежата, и степента, до която присъствието в нея е интегрирано във всекидневните им дейности.

Изследваните лица изразяват висока степен на съгласие с твърденията, че без притеснение споделят, че имат профил във фейсбук мрежата и тя е част от ежедневието им. Съгласието и несъгласието с твърденията, че се чувстват част от фейсбук общността и ще съжаляват, ако тя изчезне, са пропорционално по-равно разпределени.

За да се изследва доколко използването на фейсбук мрежата е мотивирано преди всичко от поддържане на офлайн контактите или от потенциалната възможност да се оформят нови онлайн контакти, са използвани няколко въпроси, които отразяват тези възможности. Това са твърденията, показани в таблица 2. Първите четири твърдения образуват един индекс *оф към онлайн контакти*, който е конструиран, като е взета средната стойност на отговорите. Другият индекс е *он към офлайн контакти*, в който са включени само отговорите на твърдението „Използвам фейсбук, за да се запознавам с нови хора“.

От таблицата се вижда, че изследваните лица използват фейсбук, за да поддържат връзки с хора, с които споделят връзка извън виртуалното пространство (приятели, колеги, съседи, както и нови познати), отколкото да се запознават с нови хора.

¹ Интензивността на използването на фейсбук и индексите „оф към онлайн контакти“ „он към офлайн контакти“ са разработени чрез адаптиране на методиката на Ellison, N., Steinfield, Ch., Cl. Lampe. *The Benefists of Facebook „Friends”: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites*. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007, като те са преведени на български, така че да отразяват българската терминология и контекста на изследването.

Таблица 1. Данни за интензивността на използването на фейсбук мрежата

	Mean	S. D.
Индекс на интензивността на използването на фейсбук¹	3,41	0,75
Общо колко приятели имате във фейсбук?		
<i>1 = 1-200, 2 = 201-400, 3 = 401-600, 4 = 601-800, 5 = 801-1000, 6 = повече от 1001</i>	3,06	1,62
Приблизително по колко минути средно на ден сте активни (извършвате дейност) във фейсбук?		
<i>1 = по-малко от 10 мин., 2 = 10-30 мин., 3 = 30-60 мин., 4 = 1-2 часа, 5 = повече от 3 часа или постоянно е във фейсбук</i>	3,81	1,16
Фейсбук е част от ежедневието ми	3,93	1,17
Без притеснение казвам на хората, че имам профил във фейсбук	4,58	0,93
Не се чувствам добре, когато не съм влизал/а във фейсбук известно време	2,29	1,30
Чувствам, че съм част от фейсбук общността	3,13	1,24
Ще съжалявам, ако фейсбук изчезне	2,99	1,47

¹ Cronbach's Alpha = 0,68. Скалата на индекса е изградена, като е взета средната стойност на всеки отделен елемент от него.

*Ако не е посочено друго, отговорите варират от 1 = определено несъгласен до 5 = напълно съгласен.

Таблица 2. Индекси „Оф към онлайн контакти и он към офлайн контакти“

	Mean	S. D.
Индекс оф към онлайн контакти¹	3,98	0,82
Използвал/а съм ФБ, за да проверя човек, с който съм се запознал наскоро	4,25	1,17

¹ Интензивността на използването на фейсбук и индексите „оф към онлайн контакти“ „он към офлайн контакти“ са разработени чрез адаптиране на методиката на Ellison, N., Steinfield, Ch., Cl. Lampe. The Benefists of Facebook „Friends“: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. In: Journal of Computer-Mediated Communication. 2007, като те са преведени на български, така че да отразяват българската терминология и контекста на изследването.

Използвам ФБ, за да науча повече за колегите ми (на работното място, в университета)	3,95	1,22
Използвам ФБ, за да поддържам връзка с приятели, които са в друго населено място, в чужбина	4,72	0,77
Използвам ФБ, за да поддържам връзка с членове на семейството ми	2,98	1,63
он към офлайн контакти		
Използвам ФБ, за да се запознавам с нови хора	2,52	1,42

¹ Cronbach's Alpha = 0,63.

* Отговорите варират от 1 = силно несъгласен до 5 = напълно съгласен.

Допълнителна представа за употребата на фейсбук мрежата дават и отговорите на въпросите: „В каква степен е попълнен Вашият профил във ФБ?“ и „Според Вас кой преглежда профила Ви?“ (вж. таблица 3).

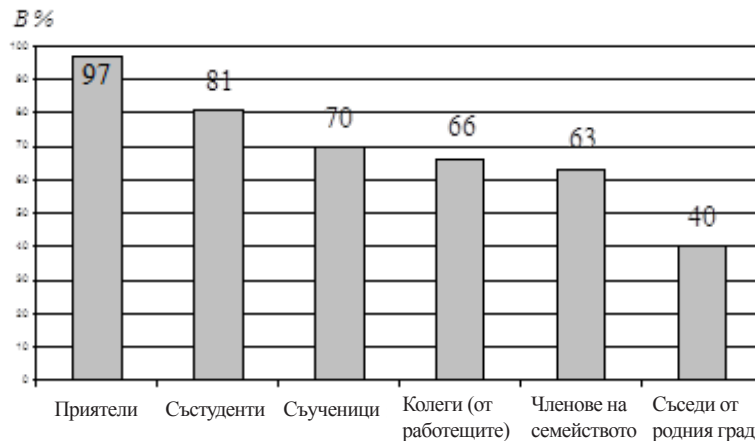
Таблица 3. Относителен дял на разпределение на данните в профила на потребителите на фейсбук мрежата

<i>Въвели сте данни за:</i>	Да	Не
Работно място (от работещите)	54	46
Образование	88	12
Място на раждане	74	26
Мобилен телефон	17	83
Имейл	46	54
Дата на раждане	90	10

Източник: ЕСИ „Фейсбук-мрежата и социалният капитал, март, 2015.

Фактът, че почти всички фейсбук потребители включват след датата си на раждане името на гимназията или университета, които са завършили, в техния профил (вж. таблица 3 – съответно 90% и 88%) показва, че поддържането на връзки с бивши съученици и състуденти е силна мотивация за използване на фейсбук мрежата. Следващата лична информация, която потребителите споделят публично, е рожденото им място (74%), което е предпоставка за по-лесното им намиране във виртуалната мрежа от хора, с които са загубили връзка. Около половината от изследваните лица са попълнили в профилите си своя имейл и около половината от работещите – информация за работното си място. Фейсбук потребителите проявяват най-малка склонност да споделят своя мобилен телефон (само 17%) – вероятно със съзнанието да се защитят.

На графика 1 са представени отговорите на въпроса „Според Вас кой преглежда профила Ви?“. Обикновено това са хора, с които се поддържа връзка извън виртуалното пространство и тази връзка е емоционална.



Графика 1. Относителен дял по статус на разглеждащите профила на потребителя

Източник: ЕСИ „Фейсбук мрежата и социалният капитал“, март, 2015.

Разнообразието на дейностите, извършвани от потребителите на фейсбук мрежата е голямо, но все още слабо свързано с възможността да се трансформира човешкият капитал в социален (вж. графика 2).



Графика 2. Разпределение на различните действия, извършвани при използване на фейсбук мрежата

Чрез анализ на главните компоненти (вид факторен анализ) се ограничава броят на 10-те променливи (действия във фейсбук мрежата), за да се идентифицира скритата структура на явлението – разнообразието от действия там. Използвайки този метод броят на променливите е намален на няколко главни компонента¹.

От гледна точка на разнообразието от действия във фейсбук мрежата се формираха три компонента.

Таблица 4. Идентификация на компонентите. Принадлежност на отделните променливи към извлечените компоненти. Грופова принадлежност на факторните променливи

Компонент:	1	2	3
Чете новини	,807		,143
Информира се за политическия живот в страната	,800	,188	
Заявява гражданската си позиция по отделни въпроси		,574	,563
Търси решение, когато има проблеми	,365	,277	,334
Играе игри	,267	-,571	,216
Споделя интересни статии/снимки/клипчета	,312	,654	,274
Споделя мисли/случки/проблеми от ежедневието си	,251	,653	,251
Чат с приятели	-,113		,754
Следи какво правят приятелите му/й	,243		,721
Споделя собствени снимки		,489	,613

Метод за екстракция: Анализ на главните компоненти.

Първият компонент обединява дейностите четене на новини, информиране за политическия живот в страната, заявяване на гражданска позиция по отделни въпроси. Тук се включват и дейности като търсене на решение при възникнал проблем и игри. Този компонент ще наречем *алтернативни потребители*. Вторият компонент включва споделянето, независимо дали на чужди статии, снимки, клипове, или собствени мисли, случки, проблеми от ежедневието, затова това са *споделящи потребители*. Третият компонент обединява чат с при-

¹ За извличането на компонентите използваме критерия на Кайзер, според който се запазват само онези фактори, които имат скаларна стойност (Eigenvalues) по-голяма от единица. Изследваните фактори не извличат и не обясняват цялата дисперсия от променливите, а се извлича онази част от тях, която се дължи на общи фактори и се разпределя между няколко променливи. В нашия случай тя е около 57%. Това е частта, която е обяснена с всяка една променлива, включена в модела, взимайки предвид общите за повечето променливи закономерности.

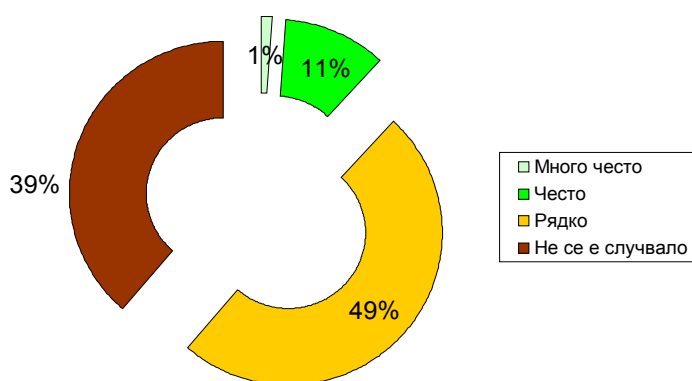
Кайзер-Майер-Олкин (Kaiser-Meyer-Olkin) измерител за извадкова адекватност КМО = 0,743. Тест на Бартлет за сферичност: $\chi^2 = 583,330$, $df=45$, $p=0,00$. Тези данни показват, че минималните изисквания са налице и може да се използва този анализ.

ятели, следене на дейността на приятелите, споделяне на собствени снимки, с подсъзнателен стремеж и той да бъде отразен от приятелите. Този компонент ще наречем *интерактивни потребители*.

Чрез използването на резултатите от факторния анализ¹ се получава следното разпределение на съвкупността на фейсбук потребителите: **33% алтернативни потребители, 35% споделящи потребители, 32% интерактивни потребители.**

Относно разпределенията на относителните дялове по възможните позитивни и негативни алтернативи на индикаторите за предпоставките и действително трансформиране на човешкия капитал в социален капитал във и чрез интернет пространството получихме следните данни.

Разпределение по относителни дялове на предлагащите теми за дискусии



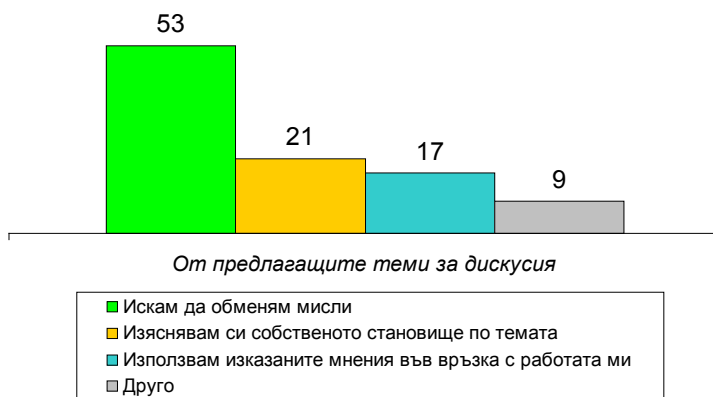
Фигура 2. Предпоставка за генериране на социален капитал във фейсбук мрежата

Нагласата за явно или неявно генериране и използване на социален капитал се илюстрира с разпределението на относителните дялове по скалата на въпроса, свързан с целта, с която се инициират дискусии в мрежата.

¹ Ако използваме резултатите от анализа, може да се получат измерители, които да послужат като класификационен критерий за приобщаване на всяка единица от извадката към определен фактор.

Извършването на факторен анализ в програмата SPSS дава възможност да се запазят стойностите на факторните резултати от анализа. За принадлежността на всяка единица от извадката към определен фактор се взема най-голямата абсолютна стойност от факторните резултати. Повече за процедурата по класифициране вж. Димов, 2010.

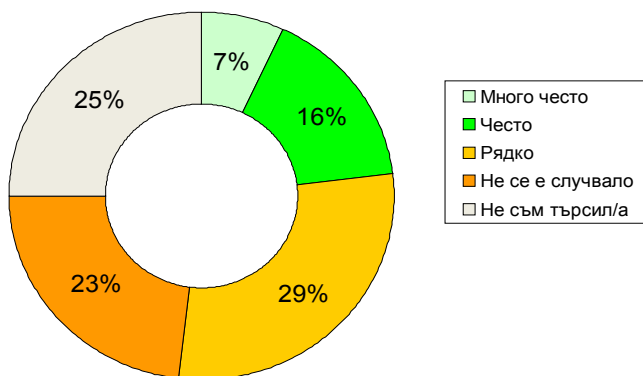
Относителен дял на разпределения по причините за предлагане на теми за дискусия



Графика 3. Цел за инициране на дискусии във фейсбук мрежата

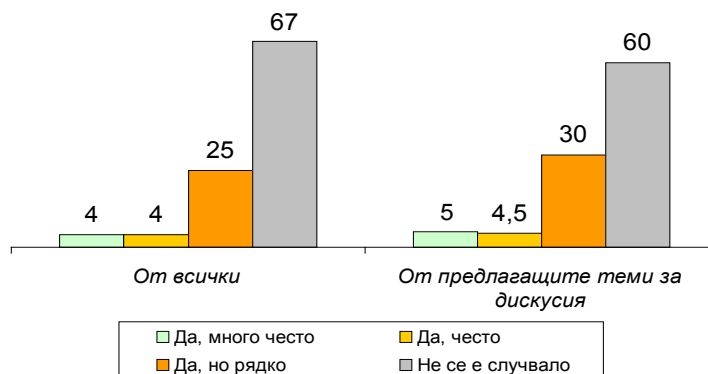
Реалното използване на социален капитал, резултат от участието във фейсбук мрежата, търсим чрез индикаторите: доколко решение на работен проблем може да бъде намерено по страниците на мрежата и доколко индивидите са ползвали чуждо представено там мнение като свое.

Разпределение по относителни дялове на тези, които търсят и откриват решение на даден проблем във връзка с тяхната работа по страниците на фейсбук мрежата



Фигура 3. Търсене на решение на работен проблем по страниците на фейсбук мрежата

Разпределение по относителни дялове на фейсбук потребителите, представили мнение на член от групата си като собствено в реално пространство



Графика 4. Разпределение на представилите чуждо мнение като свое

Както вече споменахме, все още индивидите слабо използват възможностите на социалната фейсбук мрежа в търсеното от нас направление. Но в споменатата по-горе възможност за трансформирането на чуждия човешки капитал в социален чрез използването на техниката „copy-paste” чрез интернет мрежата възможностите нарастват неимоверно и поради все по-малката възможност за контрол от страна и на специфицираните софтуерни програми и от страна на реалния социален контрол.

Заклучение – Глобализационните процеси и социалният капитал като код за търсене на ключ към личностното оцеляване

Глобализацият ефект на съвременните информационни технологии, успоредно с изграждането на световна комуникационна мрежа, дава възможност да се преодолеят познатите граници на общността и нейното разбиране като локализация в пространството, с което се преодоляват и границите на локалната култура, установените норми на общуване и ценностни образци на поведение. Кардиналните промени, които стават в света, не просто сменят стила на живот, а сменят характеристиките на социалните отношения и институции. Те вероятно ще доведат и до смяна на самите социални механизми, регулиращи обществото от самото му създаване. Глобализацията, като основна характеристика на съвременността, се проявява като нарастваща взаимозависимост между отделните социални актьори и все по-силното им обвързване в мрежи, подменящи общностната принадлежност с личностна идентичност. Тази взаимозависимост се определя не толкова от териториалното разположение (дори вече се говори за детериториаризация (А. Ападурай) и конкретните социални връзки

и фактори, колкото от организационното, иновационното и комуникационното равнище на новата същност на дейността във и чрез мрежите.

В своята книга „Култура, структура и посредничество. Напред към истинско мултидименсиално общество“ Дейвид Рубинщайн (Rubinstein, 2000) търси отговор на въпроса – кое определя индивидуалното поведение: социалната структура или културната среда – в синтеза между тези две ключови категории за обяснение на обществото. Според автора тези аналитични категории не бива да се противопоставят, защото те са взаимно обусловени и само обяснението на тяхното взаимно преплетено действие може да обясни всекидневното поведение на индивида. С формирането на глобалната икономика става все по-често, от една страна, обръщането към културата за разбиране на икономиката, а от друга, все по-често използването на понятието „културни индустрии“ за производството на символи и образи. Културната икономика като понятие цели да се преодолее представата за икономиката и културата като естествено автономни и отделни категории (Aitken, 2007:38, Du Gay, Pryke (eds) 2002). Изследвайки ерата на голямата трансформация в условията на глобализация в начина на функциониране на капитализма от състояние на „организиран капитализъм“ към „неорганизиран капитализъм“, Скот Лаш и Джон Ъри разкриват взаимното проникване на икономически и културни процеси. Границата между култура и икономика става все по-неясна и размита. (Lash, Urry, 1987, 1994, Lury, 1996).

Възниква въпросът – доколко и как глобализационните процеси се отразяват на хомогенизацията и хетерогенизацията на културата. Сполучливият термин на Джордж Ритцър „макдоналдизация“ е израз на широкомащабната социокултурна хомогенизация, която протича в световен мащаб. От друга страна, опитите на политическите и икономическите елити на стария континент да се впишат в процесите на глобализация чрез евроинтеграцията повишават ролята на политическите сили в регулацията на пазара. Настъпилата икономическа рецесия като че ли отново върна регулативната сила на националната държава, но я изправи пред нова културална ситуация.

Националните елити губят битката при превръщането на идеите, които са успели да реализират във властово политическо преимущество, в доминираща идеология (Abercrombie, Hill, Turner, 1980), защото достъпът до медиите като посредници вече не се свързва само с политическо господство. Различните субкултурни системи съжителстват паралелно в пространството и времето и за тяхното трансформиране са необходими далеч по-рафинирани инструменти, отколкото грубото политическо вмешателство. Реалната сигурност и несигурност, вписани във всекидневното битие на хората, съчетани с тяхната нагласа за принадлежност и идентичност, са не по-малко влияещи върху установяването на един или друг механизъм за социален ред. Възможността на социалните субекти да се организират за отстояване на своите интереси (Dahrendorff, 1972) е сравнително улеснена от новите информационни технологии и изисква инициатива и социална енергия, но не непременно йерархия и лидерство.

В кризисните общества формално обезличените институционални структури са неефективни в осъществяването на основната си функция като деперсонализирани механизми за мобилизиране на ресурси¹. Тогава се акцентира върху символното насилие (натрапването на определени символни кодове – П. Бурдийо (1997), което заедно с политическото и икономическото трябва да осъществи лелеяната мобилизация. Субектите на съвременното символно насилие се ползват с преимуществата на електронните медии, които позволяват безпроблемно утвърждаване на псевдосоциалност с опасното усещане за „споделена интимност“, за възможност за безпрепятствена трансгресия (преминаване) от една група в друга и за лесно игнориране на човешкия капитал. Идеологията е нещо, което прониква във всички сегменти на обществото като че ли от само себе си, макар че гражданите независимо от обективната си позиция на политици, чиновници, интелектуалци, професионалисти и „обикновени хора“ непрекъснато се занимават с преоформяне на смисъла ѝ². Особеното в случая са „индивидите, които успяват да привлекат достатъчно последователи, за да направят устойчиви своите отклоняващи се определения за света, най-малкото в кръга от тези последователи“ (Бъргър, 1999:131), т.е. това са индивидите, които успяват да изградят и успешно да използват ресурса на своите персонални мрежи като свой социален капитал и същевременно да създават съвременните митологеми.

В период на криза кодираното напрежение на ниво национална държава между официалното самопредставяне и нещата, които протичат в частното пространство на колективното самонаблюдение, нараства. Тезата, че икономическият егоизъм е едната от възможностите за постигане на поставените цели, а другата е свързана със солидарността и взаимната подкрепа на социалния алтруизъм и изборът зависи от културното наследство, е една такава митологема. И двете възможности са в обръщение едновременно и коя от двете ще има превес, зависи не само от културното наследство, а от възможността да се мобилизират ресурсите в дадена ситуация за постигане на целта. Според А. Хиршман „да излязат“ (exit) или „да изразят своя глас“, са двете основни възможности, с които хората разполагат в обществата, които пренебрегват основните човешки права (Хиршман, 1999: 292 и сл.). Според Б. Бадура има и трета възможност – бягство в саморазрушително поведение и обусловени от стреса

¹ Дори и когато дадено общество не се намира в криза, институциите като деперсонализирани механизми за мобилизиране на ресурси действат много по-ефективно, когато действат в синхрон с персонализираните механизми, каквито са общностните и мрежовите ценностно изградени образци на поведение – моралните норми.

² Разбира се, както пише П. Бъргър, „в ситуация, чието значение е строго утвърдено от традицията и общото съгласие, индивидът не може да постигне много чрез ориентирано към отклоняващо се поведение. Ако не друго обаче, той може да постигне поне отчуждаването си от ситуацията. Възможността за маргинално съществуване в обществото вече е показател, че обичайно общоприетите значения не са всемогъщи в способността си да принуждават“ (Бъргър, 1999, с. 131).

заболявания. Има обаче още една възможност и тя е свързана с активирането на персоналните мрежи и преекспонирането на социалния капитал.

В условията на недостиг на ресурси социалният капитал става особено ценен. Той лесно се конвертира в икономически не само защото съкращава транзакционните разходи. Социалният капитал прави възможно транзитирането на индивидуалните усилия през урегулираните дейности на различните формализирани и неформални общности и така съкращава времето за конверсия. Един изключително ценен ресурс в днешната динамична и сложна постмодерна епоха, когато приложението на информационните технологии във всекидневния живот не просто променя представата за пространство, но и създава възможност за трансгресия на познатите от Модерността пространствени граници. Ако в рамките на Модерността „културната интимност“ се реифицира предимно сред пространствено отграничени персонални мрежи, сега тя е възможна във всяко виртуално пространство, т.е. пред персоналните мрежи реално не са поставени никакви пространствени и времеви ограничения, което и прави толкова актуален проблемът за социалния капитал.

Още с влизането си в ЕС българското общество бе поставено в условия на коеволюция, при което стана обективно необходимо индивидите да преодоляват не само собственото си изоставане, вследствие на продължилата повече от две десетилетия национална социално-икономическа криза, но и да се съобразяват с изискванията, които налага вписването в новото социално-икономическо поле. Така става необходимо „да се тича два пъти по-бързо“ (Л. Карол), и то във всички сфери на социалния и икономическия живот.

За да се оцелява в дебрите на икономическите действия днес, вече не е достатъчно просто да се придобие капитал. Необходимо е да се имат предвид динамиката и посоката на хаотичните глобални капиталови потоци. Но и това не е достатъчно, необходимо е да се покаже социална лоялност. Как обаче е възможно да стане това в общество като българското, в което правилата все още се конституират според интересите на „водещите“ политически елити и поради това не действат ефективно. Най-лесен начин за справяне според нас е преекспонирането на социален капитал независимо от това дали в публичното, или в частното пространство, каквато тенденция е налице в българското публично пространство¹.

¹ Затова българските бизнесмени, както показват данните от проведено емпирично социологическо изследване в рамките на проект на тема „Трансформацията и адаптацията на българския бизнес в процеса на интеграция на българското общество към ЕС“, разчитат преди всичко на собствените си персонални мрежи както за получаване на информация, така и за справяне със сложните всекидневни ситуации в бизнес пространството (за персоналните мрежи на бизнеса вж. Ракаджийска, Колев 2009).

ЛИТЕРАТУРА:

1. Аврамов, Р., Комуналният капитализъм. Из българското стопанско минало. С.: Фондация „Българска наука и култура“, Център за либерални стратегии, 2007.
2. Андерсен, Б., Въобразените общности. С.: Критика и хуманизъм, 1998.
3. Ападурай, А. Свободната модерност. Културни измерения на глобализацията. С.: изд. ЛИК, 2006.
4. Бауман, З., Общността. Търсене на безопасност в несигурния свят. С.: изд. ЛИК, 2003.
5. Близнашки, Г., Актове на съпротива: политическата публицистика на Пиер Бурдийо. В: Бурдийо, П. Ответен огън, С.: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2008.
6. Богданов, Б., Мит и литература. С.: Хемус (второ преработено издание, първото от 1985 г.), 1998, с. 31, 33, 38, 49, 53-54.
7. Ботичи, К., Политически митове и исторически разкази: теоретична рамка. В: Сб. История, митология, политика. Съст. Д. Колева и К. Грозев С.: Св. Климент Охридски, 2010, с. 19-32.
8. Бурдийо, П., Практическият разум. Върху теорията на дейността. С.: КХ, 1997.
9. Бурдийо, П. Практическият усет. С.: Фигура, 2005.
10. Бурдийо, П., Полета. Полета на духа. Том I., С.: Изток-Запад, 2012.
11. Бъргър, П. Покана за социология. Една хуманистична перспектива. С.: ЛИК, 1999.
12. Бюканан, М., Социалният атом. Защо богатите стават по-богати, измамниците ги залавят, съседът ви обикновено прилича на вас. С.: Изток-Запад, 2011.
13. Вартоник, Р., Без развитие на човешкия капитал обричаме бизнеса на застой В: *Investor. BG*, <http://www.investor.bg/strategii/127/a/rosica-vartonik-bez-razvitie-na-choveshkiia-kapital-obrichame-biznesa-na-zastoi-192339/> – последно посетен на 06.04.2015 г.
14. Грановетер, М., Икономическо действие и социална структура: проблемът за вградеността. В: Т. Чавдарова, съст. Икономика и социология: американската икономическа социология след 1970 година. С.: ЛИК, 1999.
15. Гидънс, А., Социология. С.: Прозорец, 2003.
16. Демкив, О., Социальный капитал: теоретические основания исследования и операциональные параметры. В: *Социология: теория, методы, маркетинг*, 4, 2004, с. 99-111.
17. Димитрова, М., Социалната философия на Пиер Бурдийо. В: Бурдийо, П. „Размишления по Паскал“, С: Панорама плюс, 2007.
18. Димов, М., Статистическо изучаване на състоянието, елементите и тенденциите на развитие на информационното общество (е-Общество) в България. Дисертационен труд, С.: УНСС, 2010.

19. Желязкова, М., Качеството на социалните мрежи: отчуждение. В: Багополучие и доверие: България в Европа. С.: Изток-Запад, 2010.
20. Казаков, Ат., Човешкият капитал. Формиране, функциониране и инвестиционни решения. С.: Стопанство, 2010.
21. Кастелс, М., Възходът на мрежовото общество. С.: ЛИК, 2004.
22. Коев, К., Жизнен свят. В: Енциклопедичен речник по социология, Съст. и ред. Н. Тилкиджиев, под науч. ред. на Ст. Михайлов, С.: М-8-М, 1997.
23. Колев, Бл., Т. Ракаджийска, М. Стоянова, С. Тодорова. Културални нагласи на българския бизнес в процеса на евроинтеграция. С.: Стопанство, 2009.
24. Коэн, А., Дж. Харкорт, Судьба дискуссии двух Кеймбриджей о теории капитала. В: *Вопросы экономики*, № 8, 2009, с. 4-28.
25. Кънчев, Р. Май'68: Интелектуалците и властта. С.: Св. Георги Победонос, 1993.
26. Лиотар, Ж. Ф., Постмодерната ситуация. Изложение за състоянието на съвременното знание. С.: Наука и изкуство, 1996.
27. Минев, Д., Социология, власт и общества. Незнанието, което разрушава световите на хората. Тр.: АПП „Аля“, 2011.
28. Мирчев, М., Социална динамика и цивилизационно разслояване. Възпроизводство на населението, човешкият капитал и трудовите ресурси. С.: М-8-М, 2009.
29. Молхов, М., Математическо моделиране в социологията. Методологически записки. С.: ИК – УНСС, 2014.
30. Мишева, М., Икономическа имиграция и интеграция на имигрантите – българската ситуация в европейски контекст. Дисертационен труд, С.: УНСС, 2013.
31. Радаев, В., Понятие капитала, форми капиталов и их конвергенция. В: *Общественные науки и современность*, №2, 2003, с. 5-16.
32. Ракаджийска, Т. Пазарът на труда. Социално-икономическо поле между държавата и пазара. С.: Стопанство, 2010.
33. Ракаджийска, Т., Бл. Колев, Социалните мрежи на българския бизнес – етнически, политически или „харизматични“? В: Културални адаптации на българския бизнес в процеса на евроинтеграция. Н.ред. Бл. Колев, Т. Ракаджийска. С.: Стопанство, 2009.
34. Самуилова, Ив., Жената, която търсеше любовта. С.: Хермес, 2013.
35. Тъмната страна на нета. – В: *в. Сега*, бр. 5256 (82), 14 април 2015.
36. Хиршман, А., Излизане и изразяване на глас, една разширяваща се сфера на влияние. – В: *Икономика и социология. Американската икономическа социология след 1970 година. Антология*. Съст. и ред. Т. Чавдарова С.: ЛИК, 1999.
37. Христова, М., Българският виртуален пазар на труда и трансформацията на властта. Дисертационен труд. С.: УНСС, 2014.
38. Хусерл, Е., Кризата на европейските науки и трансценденталната феноменология. С., ЛИК, 1992.

39. Хърцфелд, М., Културната интимност, социална поетика в националната държава. С.: Просвета, 2007.
40. Шютц, А., Чужденецът. Избрани студии. Превод и съст. К. Коев. С.: ЛИК, 1999.
41. Abercrombie, N., S., Hill, B. S. Turner. The Dominant Ideology. Thesis. L.: Allen&Unwin, 1980.
42. Adler, P. and Seok-Woo Kwon, 2002. Social Capital: Prospects for a New Concept. In: *The Academy of Management Review*, Vol. 27, No. 1 (Jan., 2002), pp. 17-40.
43. Aitken, 2007. The Cultural Economy. Du Gay, Pryke (eds).
44. Andriani, L., 2013. Social capital& A Road Map of Theoretical Frameworks and Empirical Limitations. BWPMA 1301 – Working Paper, L.: Birkbeck College University <http://www.bbk.ac.uk/management/docs/workingpapers/WP1.pdf> – последно посетен на 10.04.2015 г.
45. Appadurai, A., Modernity at Large. Cultural Dimension of Globalization. M.: University of Minnesota Press, 1996.
46. Arneil, B., Diverse Communities. The Problem with Social Capital. Cambridge and others: Cambridge University Press, 2006.
47. Bakshy, E., It. Rosenn, C. Marlow, L. Adamic. The Role of Social Networks in Information Diffusion, <http://arxiv.org/pdf/1201.4145v2.pdf> – mfi.eokf – последно посетен на 20.04.2015 г., 2012.
48. Becker, G., Human Capital: A Theoretical and Epirical Analysis. N. Y.: Columbia University Press, 1964 (1985, 1993).
49. Becker, G., Human Capital. In: The Concise Encyclopedia of Economics, 1999-2008. Second edition, CEE.
50. Becker, G., Human Capital and Intergeneration Mobility – Introduction – „Lectures on Human Capital“ recorded during the Spring of 2010 are from ECON 343 at The Chicago University, 2010. <https://www.youtube.com/watch?v=QajILZ3S2RE&index=1&list=PL9334868E7A821E2A> – последно посетен на 5.4.2015 г.
51. Boyer, R., Pierre Bourdieu, a Theoretician of Change? The View from Regulation Theory. In: The Institutions of Market. Ebner, Alexander and Nikolaus Beck, editors. L: Oxford University Press, 2008, pp. 348-397.
52. Botsman, R., *The currency of the new economy is trust*. http://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust/transcript?language=en – последно посетен на 15.04.2015 г., 2012.
53. Bourdieu, P., Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Soziale Ungleichheiten (Soziale Welt, Sonderheft 2), edited by Reinhard Kreckel. Goettingen: Otto Schartz & Co. 1983, pp. 183-98.
54. Bourdieu, P., The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.) Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, N. Y., Greenwood, 1986, p. 241-258.

55. Bourdieu, P., *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. L.: Rotledge & Kegan Paul, 1984.
56. Bourdieu, P., *Principles of an Economic Anthropology*. In: *The Handbook of Economic Sociology*. Neil Smelser and Richard Swedberg, editors. Russell Sage Foundation: Princeton University Press, 2005.
57. Castells, M., *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*. Cheltenham, UK: Northampton, MA, Edward Edgar (editor and co-author), 2004.
58. Coleman, J., *Social Capital in the Creation of Human Capital*. In: Dasgupta, P., I. Serageldin (eds.). *Social Capital: A Multifaceted Perspective*. World Bank, Oxford University Press, 2000, pp. 13-39.
59. Dahrendorff, R., *Der Konflikt und der Freiheit*. M.&R.Pipe&Co, 1972.
60. Fukuyama, Fr., *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. N. Y.: Free Press, chapter 9, 1995.
61. Ellison, N., Ch. Steinfield, Cl. Lampe. *The Benefists of Facebook „Friends“: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites*. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007.
62. Fukuyama, F., *Social Capital and Civil Society*. The Institute of Public Policy George Mason University, Prepared for delivery at the IMF Conference on Second Generation Reforms – последно посетен на 11.04.2015 г., 1999.
63. Granovetter, M. S., *The Strength of Weak Ties*, In: *American Journal of Sociology* 78 (1973): 1360-80.
64. Lash, S., J. Urry. *Econmic of Signs and Space*. L.&Sage, 1994.
65. Lin, N., A., *Network Theory of Social Capital*. In: *The Handbook of Social Capital*. Edts. D. Castiglione, J. W. VanDeth & G. Wolleb. N.Y. & Oxford University Press, 2010, p. 50-69.
66. Lury, C., *Consumer Culture*. C&Polity Pess, 1996.
67. Malinowski, Br., *The Myth in Primitive Psychology*. N. Y.: Norton and Co., 1929.
68. Mills, C., W. *The Sociological Imagination*, L.: Oxford University Press, 1959.
69. Portes, A., *Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology*. In: *Annual Review of Sociology*, Vol. 24, 1998.
70. Putnam, R., *Bowling Alone: Collapse and Revival of the American Community*. N.Y.: Simon& Schuster Paperbacks Rockefeller Center, 2000.
71. Rubienstein, D., *Culture, structure& agency& Toward a truly miltidimensionsl society*. Thousand Oaks& Sage Publications, 2000.
72. Seligman, A. B., *The Problem of Trust*. P.: Princeton University Press, 1997.
73. *The Legatum prosperity index™ rankings 2014*. Legatum institute.- <http://www.li.com/docs/default-source/publications/2014-legatum-prosperity-index.pdf> – последно посетен на 12.04.2015 г.
74. Tzanakis, M., *Social Capital in Bourdieue's, Coleman's and Putnam's Theory: empirical Evedans and Emergent measurement issues*. In: *Educate*, Vol 13. N2, 2013, p. 2 – 23.
75. Wacquant, Loic, Pierre Bourdieu. *An Invitation to Réflexive Sociology*. Polity press, 1992.

-
76. Woolcock, M., Social Capital and Economic Development: toward a theoretical synthesis and policy framework. In: *Theory and Society*, Vol. 27, № 2, 1998, 151-208.

СОЦИАЛНИЯТ КАПИТАЛ КАТО ЛИЧНОСТНО ДОСТОЯНИЕ В МРЕЖОВАТА СОЦИАЛНА СТРУКТУРА

(Българският случай)

Резюме

Тази студия прави опит да акцентира както върху теоретичните, така и върху практико-приложните въпроси на феномена „социален капитал“ като една от формите на капитала. „Капитал“ е може би централно, действащо като обяснителен принцип, но затова и ценностно най-натоварено понятие в икономиката и икономическата социология. От неговата интерпретация тръгва разработването на конфликтиращи политически идеологии. Целта е да изследваме социалния капитал именно като форма на капитала, т.е. като социално-икономически феномен, чиято функция е да носи полза (печалба) на притежателя (носителя) си. Експоненциалното нарастване на литературата, посветена на интерпретацията на този феномен, прави все по-трудно да се открият нови аспекти в това изследователско поле. Въпреки това ние ще предложим едно неконвенционално тълкуване на неговата *differentia specifica*, отгласвайки се от установената вече „митологема“, като същевременно се опитаме да я вплетем, „снемем“ в нашето разбиране за социалния капитал като лично благо, продукт на социалността. Доколкото се счита, че главната функция на митовете в съвременното социално пространство е да задават *смисъла* на социалните дейности и съответно на определени политически решения, дотолкова ще се опитаме да отграничим „митологемното“ в утвърдените подходи на „властелините мислители“ (А. Глюксман) към социалния капитал и да покажем предзададения *смисъл* чрез него.

Ще представим една теоретична рефлексия и практико-приложна анамнеза на функцията на феномена в условията на съвременното национално пространство. За целта първо ще дискутираме въпроса за връзката „знание – власт“ (М. Фуко), а после и подчиняването на социалното знание на властовите структури и създаването на митове в социалните науки. Ще представим в рамките на възможното действащата вече митологема, както и нейните ограничения, за да експлицираме нашето разбиране за социалния капитал като личностно достояние, даващо възможност на притежателите си да получават своите ползи. Като резултат на теоретичните дирения ще бъде представена верификацията на нашето разбиране за социалния капитал в реалното и виртуалното национално поле.

Ключови думи: социален капитал; човешки капитал; капитал; мит и митологема в социалните науки; виртуално пространство; социални мрежи.

JEL: C18, E20, L14, O10, R11, Z13.

SOCIAL CAPITAL AS A PERSONAL DOMAIN IN THE SOCIAL NETWORK STRUCTURE

(The Bulgarian Case)

Abstract

This paper attempts to focus on both, the theoretical and the practical aspects of the „social capital“ phenomenon as a form of capital. „Capital“ is perhaps a central concept in economics and economic sociology acting as an explanatory principle and thus the most value-charged one. Its interpretation has given rise to the development of conflicting political ideologies. The aim is to examine social capital precisely as a form of capital, i.e. as a socio-economic phenomenon whose function is to bring benefits (profits) to its holder (carrier). The exponential growth of literature devoted to the interpretation of this phenomenon makes it increasingly difficult to identify new aspects in this research field. However, we will offer an unconventional interpretation of its differentia specifica moving away from the established „myth“, yet weaving, or „transmitting“ it in our understanding of social capital as a „private good“, a product of sociality. Insofar as the main function of myths in contemporary social space is considered to be to provide meaning to social activities and accordingly to certain political decisions, we will attempt to differentiate the mythical in the established approaches to social capital of „rulers-thinkers“ (A. Glucksmann) and to reveal the pre-given meaning through it.

We will present a theoretical reflection and an applied anamnesis of the function of the phenomenon in modern national space. To this end, firstly, we will discuss the link „knowledge-power“ (M. Foucault), and secondly, the subordination of social knowledge to structures of authority and the creation of myths in social sciences. We will also present to the extent possible the already existing myth and its restrictions in order to explicate our understanding of social capital as personal property enabling its holders to receive benefits. The verification of our understanding of social capital in the real and virtual „national“ field will be demonstrated as a result of our theory quest.

Key words: social capital; human capital; capital; myth and mythologema at the social sciences; social networks.

JEL: C18, E20, L14, O10, R11, Z13.