

В своей вещной форме социальный капитал может воплощаться в списках адресов и телефонов “нужных людей”. Но степень формализации его относительно низка. Передача адресной или телефонной книжки способна помочь новичку или аутсайдеру понять состав и конфигурацию какой-то социальной сети, но мало поможет вхождению в данную сеть. В этом смысле социальный капитал неотчуждаем от обладающих им людей. Измеряться он может только через степень включенности в те или иные сети, а также через характеристики самих сетей — их размер и плотность, силу и интенсивность сетевых контактов.

Экономико-политической проблемой в трансформационном обществе является, с одной стороны, уверенность в необходимости изучения концепции социального капитала, понимание важности его развития для нормального функционирования социальных институтов и общества в целом; с другой стороны, малая изученность данного явления в плане его эмпирических индикаторов и, следовательно, невозможности проведения масштабных исследований в данной области.

Исследование социального капитала имеет огромное практическое значение, так как попытка сегодняшних реформаторов в своей деятельности апеллировать только к формальным нормам без понимания проблем интерпретации всего спектра норм (как формальных, так и неформальных) при регулировании социально-экономической деятельности в некоторых случаях приводит к результатам, прямо противоположным ожидаемым.

А.В. Соболева
БГЭУ (Минск)

НОВЫЕ ФОРМЫ МОБИЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ТЕХНОГЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ

XXI в. — период стремительного развития принципиально новых технологий во всех сферах жизни и деятельности человека, создание глобальной информационной среды и общества потребления. Вещь в современном мире все чаще становится “означаемым” человека. Теперь уже не человек выстраивает систему вещей, а они, становясь самодостаточными, вписывают его в свою семиотическую систему.

В конце XX — начале XXI в. репрезентантом повседневности в полной мере стал мобильный телефон. По нему окружающие судят о статусе человека, его доходе и даже роде его занятий. С появлени-

ем мобильного телефона человек получил совершенно уникальный набор возможностей и столкнулся с массой ограничений: общение стало более доступным, но человек при этом стал объектом “коммуникационного насилия”.

Сегодня сотовый телефон — это еще и новая форма психологической зависимости: утрата телефона может стать катастрофой. Потеря общения может рассматриваться как потеря себя для других. С обрывом привычных контактов возникает чувство изолированности, неуверенности.

Опрос, проведенный среди студентов, показал, что 67,5 % их являются пользователями сотовой связи. Причем, каждый из них считает телефон средством доступности и тратит на него каждый месяц конкретную сумму. Среди опрошенных 81 % ощущают дискомфорт, если забывают телефон дома, связывая его скорее не с отсутствием связи с друзьями, а с отсутствием самих звонков вообще.

Мобильный телефон наиболее ярко раскрывает одну из значимых характеристик современной молодежной субкультуры — ее игровой характер. Престижность марки, новейшая модификация, модные аксессуары, безлимитный тариф — не только демонстрируют высокое социальное и финансовое положение индивида, но и поднимают его на верхние ступени иерархической лестницы в молодежной субкультуре.

Особенно популярны мобильные телефоны среди старшекласников. Для родителей это возможность контролировать своих детей, для самих учеников — средство повышения рейтинга в глазах друзей и знакомых. В некоторых итальянских лицеях родителям через SMS отправляют сообщения о том, что ребенок отсутствовал в школе. Отличный опыт применения мобильных телефонов в учебном процессе продемонстрировали в одной из британских школ, когда в ходе тестов ученики отвечают на экзаменационные вопросы роботу по сотовому аппарату.

“Мобильники” — головная боль для театров, кинозалов и многих других общественных мест. Несмотря на просьбы выключить телефоны, мелодии звонков то и дело раздаются в ходе спектаклей и киносеансов. Звонок мобильного телефона стал одним из критериев общей культуры современного человека — его умения или желания не доставлять беспокойства другим.

Сотовая связь — одна из самых быстроразрастающихся сфер современной коммуникации. К концу 2003 г. число обладателей мобильных телефонов составило более 1,3 млрд человек, что почти в 40 раз больше, чем 10 лет назад. Несмотря на столь значительный рост, насыщение этого сегмента телекоммуникационного рынка

еще не наступило. По прогнозам, абонентами сотовой связи к 2008 г. станут 2 млрд человек, а к 2015 г. пользоваться такими аппаратами будет половина населения Земли (около 4 млрд человек). Расширение абонентской базы будет происходить в основном за счет стран с развивающимися рынками.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что сотовый телефон стал не только новацией в сфере коммуникации, но и фактором культурной динамики современного техногенного общества.

О.А. Струк, С.А. Пилипенко
БГЭУ (Минск)

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНТЕРЕС КАК ФАКТОР ВОЙНЫ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОСТИ

Война, по определению А. Солженицина, есть массовое, густое, громкое, яркое, но далеко не единственное проявление никогда не прекращающегося многоохватного мирового насилия. Война несет бессмысленное и жестокое убийство людей, насилие над личностью, умышленное возбуждение чувства ненависти, тяжелый материальный урон. Она является не только событием, но это еще и институт, созданный человеком, со своими формами организации, экономикой, ценностями и принципами. В чем сила милитаризма как идеологии и формы выражения политических и экономических интересов в соотношении с миром?

На протяжении всей истории войны носили самый разносторонний характер. В древности они имели завоевательный характер, преследовали экономические интересы. С развитием общества войны стали носить политический характер, т.е. основной целью была смена политического строя или власти. Также множество войн строилось на религиозных началах.

После второй мировой войны стал практиковаться принцип «холодной войны» (без оружия, при помощи различных экономических санкций). Войны настоящего времени носят как политический, так и экономический характер. Основной вопрос, который стоит перед каждым государством — поиск альтернативы мира.

За 5,5 тыс. лет существования общества на Земле произошло 14,5 тыс. войн (в среднем по три в год). В них погибло 3640 млн человек, что соответствует населению земного шара в 1970 г. (3635 млн человек). История войны показывает, что от одной исторической эпохи к другой возрастали как человеческие жертвы, так и материальные и финансовые издержки.