



Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași
Facultatea de Filosofie și Științe Social – Politice
Școala Doctorală, Domeniul Sociologie

MANAGEMENTUL
CAPITALULUI SOCIAL INDIVIDUAL
CA METODĂ DE INTEGRARE
PE PIAȚA MUNCII

REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT

Conducător științific:

Prof. Univ. Dr. Mihai Dinu GHEORGHIU

Doctorand:

Bogdan-Paul ROMANICĂ

IAȘI

2019

PREAMBUL

În primăvara anului 2011 coordonam proiectul „Lărgirea oportunităților de ocupare ale șomerilor tineri români în Uniunea Europeană (LOOSTRUE)”, finanțat de Uniunea Europeană, contract POSDRU/110/5.2/G/88444 derulat de Fundației Corona din Iași. Proiectul trebuia să ajute 480 de șomeri tineri de la sate să-și găsească un loc de muncă.

Într-o zi, m-am întâlnit cu un grup de 20 de șomeri în vederea selecției lor pentru a beneficia de activitățile proiectului. Am avut atunci un moment de nemulțumire referitoare la impactul proiectului, referitoare la metodele și tehnicile de intervenție. Perspectiva comună a proiectelor de tip POSDRU era aceea de a-i învăța pe șomeri cum să-și facă un CV, o scrisoare de intenție, un dosar de angajare sau cum să se prezinte la un interviu. Mi s-a părut totuși prea puțin. „Oare chiar nu se poate face nimic mai mult? Oare eu, în calitate de sociolog, nu am nimic mai mult să le spun celor 20 de șomeri care mă privesc în ochi?”

Atunci mi-am amintit de Mark Granovetter și de teoria relațiilor slabe, de demonstrația acestuia cu privire la faptul că cele mai multe informații despre locuri de muncă circulă mai curând prin relații slabe decât prin relații puternice. M-am întrebat atunci: „Dacă sociologii cunosc acest lucru, oare n-ar trebui să-l știe și șomerii?” Am început să elaborez instrumente și formulare de lucru prin care i-am rugat pe beneficiari să-și facă liste cu toți cunoscuții, mai apropiați sau mai îndepărtați, și le-am dat ca teme pentru acasă să contacteze aceste persoane și să le comunice informația de bază: faptul că se află în căutarea unui loc de muncă. Atunci a început istoria acestei cercetări.

Cuvinte cheie: capital social (individual), rețele sociale, relații puternice (strong ties), relații slabe (weak ties), metode de căutare a unui loc de muncă, activare pe piața muncii, servicii de consiliere profesională, intervenție sociologică.

Precizare: În perioada August 2016 – Septembrie 2016 am fost bursier Erasmus + al Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași în cadrul unui stagiu de practică la „Centre d'études de l'emploi” (Paris, Franța)

CUPRINSUL LUCRĂRII DE DOCTORAT

PREAMBUL ȘI MULȚUMIRI	3
INTRODUCERE	6
CAP. I. POLITICI, STATISTICI ȘI PRACTICI DE INTERVENȚIE PE PIAȚA MUNCII ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ ȘI ÎN ROMÂNIA	12
I.1. Politicile neoliberale ale activării și paradigma workfare state	13
I.2. Politicile și datele activării pe piața muncii din România	19
I.3. Psihologizarea serviciilor pe piața muncii din România	29
I.4. Concluzii privind intervențiile pe piața muncii în România	43
CAP. II. CAPITALUL SOCIAL INDIVIDUAL	45
II.1. Capitalul social, concept inflaționist și suspect ideologic	46
II.2. Recuperarea operațională și poziționare teoretică	49
II.3. Abordări clasice macro și mezo sociale	53
II.4. Limite ale abordărilor macrosociale	59
II.5. Tăria relațiilor slabe (the strenght of weak ties)	61
II.6. Analiza conceptului de capitalul social individual	63
II.7. Asumarea și reconfigurarea originală a conceptului	66
II.8. Concluzii privind conceptul de capitalul social individual	70
CAP. III. CAPITALUL SOCIAL PE PIAȚA MUNCII – ÎN TEORIE	72
III.1. Caracterul „natural” al selecției sociale pe piața muncii	73
III.2. Mark Granovetter – sfaturi practice pentru piața muncii	78
III.3. Fundamente teoretice ale capitalului social pe piața muncii	83
III.4. Canalele informale sunt pentru cei fără resurse formale	93
III.5. Mobilizarea relațiilor slabe/puternice	98
III.6. Tehnologia utilizării capitalului social pe piața muncii	102
III.7. Angajabilitatea și statusul ocupațional al prietenilor	105
III.8. Forma de U a utilizării canalelor informale	108
III.9. Concluzii teoretice privind capitalul social pe piața muncii	113
CAP. IV. CAPITALUL SOCIAL PE PIAȚA MUNCII - ÎN PRACTICĂ	125
IV.1. Metode de cercetare a capitalului social individual	126
IV.2. Operaționalizarea conceptului – elemente inovative	128
IV.3. Universul cercetării, criteriile de selecție a subiecților	134
IV.4. Anchetă pe bază de chestionar – organizarea anchetei	136
IV.5. Culegerea datelor cantitative – reprezentativitate	138
IV.6. Anchetă pe bază de interviu – organizarea anchetei	141

ANALIZA CANTITATIVĂ A DATELOR	142
IV.7. Metode de căutare a unui loc de muncă	142
IV.8. Mobilizarea suportului social/relațional	150
IV.9. Tăria relațiilor pe dimensiunea genetică a suportului social	156
IV.10. Tăria relațiilor pe dimensiunea operațională a suportului social	162
IV.11. Relații puternice/relații slabe (strong/weak ties) - sinteză	166
IV.12. Cine pe cine recomandă	171
IV.13. Concluzii teoretice ale cercetării cantitative	173
IV.14. Recomandări practice pe baze cantitative	175
ANALIZA CALITATIVĂ A DATELOR	180
IV.15. Pregătirea și pătrunderea pe piața muncii	180
IV.16. Caracterul aleatoriu al carierei profesionale	191
IV.17. Metode de căutare și rețele sociale	197
IV.18. Relații sociale și contexte/metode de mobilizare	218
IV.19. Tehnologii de mobilizare a informației/intervenției	228
IV.20. Dimensiunea morală/spirituală a căutării	238
IV.21. Teme specializate pe domenii de activitate	243
IV.22. Concluzii teoretice ale experiențelor practice	251
IV.23. Sfaturi și îndrumări practice	253
CAP. V. CERCETAREA SOCIOLOGICĂ ȘI BENEFICIARII SĂI	257
V.1. Sociologie pentru cine? Sociologie pentru ce?	258
V.2. Les sciences sociales et leurs publics	264
V.3. Concluzii privind poziționarea epistemologică a cercetării	267
CONCLUZII GENERALE ALE LUCRĂRII DE DOCTORAT	268
BIBLIOGRAFIE	280
ANEXE – INSTRUMENTE DE ANCHETĂ	287
Formular de chestionar – tipologia relațiilor mobilizate	288
Ghid de interviu – strategii de mobilizare a relațiilor	292
Transcriere integrală interviu reprezentativ	297
Rezumatul a 34 de interviuri	300

SCOPUL tezei de doctorat constă în argumentarea și precizarea importanței capitalului social individual, a rețelelor personale de sociabilitate, ca resursă, dar și ca metodă de intervenție pentru integrarea pe piața muncii a populației active. Parcurgerea studiilor relevante în domeniul metodelor de căutare a unui loc de muncă, precum și investigarea experiențelor practice ale persoanelor active pe piața muncii din orașul Iași, sprijină demersul nostru de constituire a unui stoc de cunoaștere științifică și practică transferabil persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă.

Teza de doctorat și cercetarea aferentă au fost inițiate pentru promovarea unei dimensiuni *quasiabsente* din intervențiile adresate persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă (absolvenți, șomeri, persoane care urmăresc să-și schimbe locul de muncă) respectiv, dimensiunea sociologică, relațională a căutării și găsirii unui loc de muncă. După cum demonstrăm pe parcursul tezei, aceste intervenții se concentrează prioritar pe dimensiunea psihologică, pe identificarea unui presupus profil psiho-profesional al clienților, pe dezvoltarea *capitalului uman* și pe identificarea unui loc de muncă în acord cu acestea. Ceea ce remarcăm este ignorarea *capitalului social*, a importanței resurselor sociale, relaționale ale individului în căutarea și găsirea unui loc de muncă și chiar în determinarea parcursului profesional al acestuia.

Considerăm că această omisiune are un fundament ideologic, respectiv promovarea valorilor individualismului, ale egalității de șanse, ale competiției bazate pe competențe și performanțe individuale. Dintr-o astfel de perspectivă, relațiile sociale pe piața muncii apar ca factor distorsionant, a cărui pondere trebuie diminuată. Această tendință este din ce în ce mai prezentă, mai ales la nivelul legislației, instituțiilor publice și marilor companii care, prin departamentele de resurse umane, organizează concursuri pentru ocuparea unor posturi, concursuri ce iau forma unor ritualuri, ca semn de respect față de legislația și față de ideologia egalității de șanse.

Literatura sociologică aflată la intersecția conceptelor de *capital social individual* și *piața muncii* evidențiază o realitate contrară acestor ideologii moderne. Mark Granovetter, în lucrarea sa de referință *Getting a job. A study on contacts and careers* (1974, p. 97), atrăgea atenția asupra faptului că practicile informale de angajare nu reprezintă reziduuri ale societăților premoderne care ar trebui eliminate, ci ele reprezintă însăși logica acțiunilor individuale la nivel microsocietal ale persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă.

Miza lucrării de față constă, pe de o parte, la nivel teoretic, în recuperarea dimensiunii sociologice a metodelor de căutare a unui loc de muncă, prin evidențierea importanței capitalului social individual în căutarea și, mai ales, în găsirea locului de muncă. Pe de altă parte, la nivel practic, prezenta lucrare își propune constituirea unui stoc de cunoaștere transferabilă persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă (absolvenți, șomeri, angajați care vor să schimbe locul de muncă) pornind de la două surse de informații: cunoașterea teoretică acumulată prin studii de specialitate și cunoașterea practică acumulată de persoane active pe piața muncii în orașul Iași, România. Acest stoc de cunoaștere se concentrează prioritar pe utilizarea metodelor informale, pe canalele relaționale de căutare și ocupare a unui loc de muncă, fără a ignora însă și alte sfaturi practice culese pe baza studiului empiric realizat.

Prin abordarea analitică a conceptului de capital social individual, teza își aduce contribuția la o mai precisă definiție a tipologiei relațiilor sociale pe axa relații slabe/relații puternice. În literatura de specialitate, relațiile puternice sunt adesea identificate cu cele de rudenie, iar relațiile slabe sunt identificate cu cele profesionale sau, mai vag, cunoștințe. Lucrarea de față utilizează o definiție operațională originală pornind de la două dimensiuni: una genetică și una operațională. Cea genetică ia în calcul originea obiectivă a relației (familie, studii, muncă, timp liber), iar cea operațională ia în calcul doi indicatori obiectivi (durata relației și frecvența interacțiunilor) și doi indicatori subiectivi (încrederea și apropierea).

Cercetarea teoretică a constat în parcurgerea unui număr semnificativ de studii și cercetări realizate mai curând la nivel european, având ca obiect de investigare metodele de căutare a unui loc de muncă. Dintre acestea, au fost abordate prioritar acele lucrări ce vizează canalele informale de căutare a unui loc de muncă prin mobilizarea rețelelor personale de sociabilitate.

Cercetarea de teren a atins în principal două obiective. În primul rând, pe baza unui chestionar aplicat în rândul a 693 de persoane active pe piața muncii, am urmărit măsura în care acestea au fost sprijinite în demersurile lor de rude, prieteni, cunoscuți. În caz afirmativ, am încercat să aflăm tipologia relațiilor mobilizate pornind de la distincția clasică introdusă de Mark Granovetter între relații puternice (*strong ties*) și relații slabe (*weak ties*). În al doilea rând, am urmărit aprofundarea metodelor de mobilizare a acestor relații în procesul de căutare a unui loc de muncă prin realizarea a 34 de interviuri semistructurate cu persoane active în diverse domenii de activitate. Nu în ultimul rând, experiențele interlocutorilor au fost sintetizate sub forma unor repertorii de sfaturi practice ce pot fi utile consilierilor din domeniul orientării profesionale.

Prin colectarea și sistematizarea informațiilor cu utilitate practică din studiile teoretice în domeniu și de la experiențele practice ale interlocutorilor noștri, teza de față își aduce contribuția la dezvoltarea serviciilor de consiliere profesională. Capitalul social individual ca metodă de integrare pe piața muncii este astfel recuperat, alături de capitalul uman, ca obiecte ale programelor de intervenție pe piața muncii. Deși teza se înscrie în perspectiva *cercetării intervenției*, ea rămâne doar la nivelul de cercetare *în vederea intervenției*, oferind fundamentul pentru proiecte viitoare.

Prin accentuarea dimensiunii practice și prin abordarea provocării transferului de cunoaștere de la nivel academic la nivelul practic al serviciilor de consiliere, teza de doctorat se confruntă, inevitabil, și cu tema statutului sociologului și al disciplinei sociologie în raportul lor cu un public larg, sau cu beneficiari specifici, cum sunt persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă.

IPOTEZA CERCETĂRII: Intervențiile actuale pe piața muncii (politici, programe, norme, practici) în România dar și în Uniunea Europeană, se concentrează prioritar asupra dezvoltării și mobilizării *capitalului uman*, în timp ce studiile în domeniul *capitalului social individual*, precum și experiența practică a populației active, sugerează importanța majoră a rețelelor personale pe piața muncii. Teza pledează pentru dezvoltarea de metode de intervenție asupra capitalului social individual, cu o pronunțată dimensiune sociologică, care, alături de capitalul uman și de cel economic, să contribuie la integrarea pe piața muncii.

POPULAȚIA INVESTIGATĂ: Avem în vedere populația activă (absolvenți, angajați, șomeri) în vârstă de muncă, aptă de muncă și cu disponibilitate de muncă între 15-64 ani, din România. În cadrul anchetei de teren, populația vizată este cea activă pe piața muncii din orașul Iași, și mai exact 111.314 angajați în anul 2017 (Direcția Județeană de Statistică Iași).

OBIECTIVELE CERCETĂRII:

Ca **obiectiv general**, prezenta cercetare își propune argumentarea și precizarea importanței capitalului social individual, a rețelelor personale de sociabilitate, ca metodă de intervenție pentru integrarea pe piața muncii a populației active. Obiectivul general subsumează cinci obiective specifice, urmărind un demers argumentativ ce pornește de la justificarea practică, continuând cu precizarea și dezvoltarea conceptului de capital social pentru utilizarea operațională a acestuia în vederea realizării unei sinteze a cunoștințelor teoretice și practice în domeniul căutării unui loc de muncă.

Obiectivul specific 1 al cercetării urmărește *analiza politicilor, datelor statistice și a practicilor actuale de intervenție pe piața muncii, respectiv politicile și practicile „activării” la nivel european și românesc, ca justificare practică a necesității abordării capitalului social individual, alături de capitalul uman, în intervențiile pe piața muncii*. Luând în considerare dezbaterile europene recente în domeniul *activării* forței de muncă, luând în considerare

obiectivele naționale pentru ocupare, precum și datele statistice în domeniu, prezentăm politicile, teoriile și instrumentele activării în România. Remarcăm tendințe spre individualizarea și psihologizarea serviciilor, precum și absența intervenției sociologice.

Obiectivul specific 2 al cercetării propune *analiza conceptului de capital social, evidențierea anvergurii și a limitelor acestuia, definirea sub-conceptului de capital social individual și argumentarea utilității lui operaționale în cadrul cercetării, precum și dezvoltarea conținutului său*. Pornind de la analiza literaturii teoretice și empirice privind capitalul social (individual), evidențiem punctele tari și punctele slabe ale conceptului. Propunem câteva elemente originale, atât la nivel teoretic, cât și la nivel de definiție operațională, prin introducerea a două dimensiuni ale *relației* (genetică/operațională) și a opt variabile de măsurare a indicatorului *tărie/slăbiciune* a relațiilor utile în căutarea/găsirea unui loc de muncă. Pe *dimensiunea genetică*, cu privire la originea unei relații sociale, propunem indicatorii: familie, studii, muncă, timp liber. Pe *dimensiunea operațională* propunem indicatorii: calitate, încredere, frecvență, durată, caracterizând relația socială.

Obiectivul specific 3 al cercetării propune *realizarea unui stoc de cunoaștere teoretică în domeniul relevanței capitalului social individual pe piața muncii și sinteza cercetărilor cu potențial de transfer în practica intervenției*. Trecem în revistă literatura specifică, de la intersecția dintre termenii de capital social/rețele sociale și metode de căutare a unui loc de muncă. Această trecere în revistă are mai puțin valențe exploratorii sau explicative și mai mult valențe practice, în sensul identificării, sistematizării și explicitării unor concluzii cu potențial de transfer în practica intervenției asupra persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă.

Obiectivul specific 4 al cercetării propune *realizarea unui stoc de cunoaștere practică, acumulată de persoane active pe piața muncii, pe baza experiențelor proprii de căutare a unui loc de muncă prin mobilizarea, în grade*

diferite, a resurselor relaționale proprii. Prezentăm rezultatele anchetei de teren, analiza, sistematizarea și interpretarea datelor cantitative - culese prin 693 de chestionare (tipologia relațiilor mobilizate), și a celor calitative - culese prin 34 de interviuri (strategii de mobilizare) realizate cu persoane active pe piața muncii din orașul Iași. Rezultatele anchetei argumentează necesitatea abordării dimensiunii sociale/relaționale a intervențiilor pe piața muncii. Concluziile formulate iau forma unor repertorii de sfaturi practice, ca prim pas pentru un program ulterior de intervenție.

Obiectivul specific 5 al cercetării propune *interogarea statutului sociologului în raport cu participanții/beneficiarii cercetării, respectiv poziționarea tezei ca argument teoretic și ca fundament practic pentru cercetarea intervenție în domeniul relațiilor sociale pe piața muncii.* Prezentăm mai multe puncte de vedere cu privire la măsura în care cercetarea științifică sociologică poate avea valențe practice, în sensul orientării, dar și al sprijinirii intervenției prin metode și instrumente specifice. La final, putem remarca legitimitatea demersului de mobilizare a cunoașterii științifice sociologice în sprijinul acțiunii practice.

STRUCTURA LUCRĂRII DE DOCTORAT

Cele cinci obiective specifice s-au concretizat în cadrul tezei de doctorat în cinci capitole principale, prezentând cercetarea politicilor publice pe piața muncii, analiza și dezvoltarea conceptuală, urmate de rezultatele cercetării empirice pe bază de chestionar și interviu și de teme de reflexie epistemologică.

Capitolul I, Politici, statistici și practici de intervenție pe piața muncii în Uniunea Europeană și în România, oferă o justificare practică a cercetării pornind de la politici, statistici și instrumente ale *activării* pe piața muncii. Capitolul prezintă câteva tendințe la nivel european cu privire la diminuarea toleranței statelor față de inactivitatea unor segmente de populație. Această tendință este legată de sustenabilitatea sistemelor de pensii și de ajutoare sociale și este prezentată ca o trecere de la *well-fare state* la *work-fare state*. Amintim

paradigma *flexicurității* fundamentată pe două principii de intervenție: *activarea* persoanelor aflate într-o formă sau alta de inactivitate (studenți, absolvenți, șomeri, casnici, pensionari) și *individualizarea* responsabilității și a serviciilor adresate acestora. În acest context, prezentăm puncte de vedere divergente cu privire la politicile activării marcate de opoziția dintre responsabilizare /deresponsabilizare a statelor/individizilor în raport cu starea educațională, materială, socială și ocupațională a celor din urmă. Remarcăm faptul că aceste tendințe nu sunt doar teme de dezbateri teoretice, ci sunt preluate și la nivel de instituții, metode și practici de intervenție.

În România perioadei de derulare a prezentului studiu, respectiv între anii 2015-2017, se remarcă o serie de tendințe ale pieței muncii și ale evoluției cadrului normativ instituțional. În contextul *Strategiei Europa 2020* a Uniunii Europene, România s-a angajat prin *Strategia Națională pentru Ocupare Forței de Muncă 2014-2020* la atingerea unei rate de ocupare de 70% a populației cu vârste între 20-64 de ani. Suprinzător, la finalul anului 2018, România atinsese deja acest indicator, mai mult datorită creșterii economice decât intervențiilor pe piața muncii din partea instituțiilor specializate. Remarcăm, de asemenea, că resursele instituționale au fost diminuate semnificativ în timp, mult sub media Uniunii Europene. Pentru a fundamenta necesitatea cercetării, am realizat o analiză a legislației, a instituțiilor, a programelor și mai ales a metodologiilor de intervenție pe piața muncii, cu o atenție specială acordată teoriei, metodelor, dar și practicii serviciilor de consiliere profesională. Capitalul social individual, ca obiect de intervenție, este qvasiabsent la toate aceste nivele, așa cum el nu reprezintă un obiect de interes pentru metodologiile specifice teoretizate și practicate în domeniul consilierii profesionale (Jigău, 2003 și Crăciun, 2016). În urma analizei metodelor specifice, remarcăm o tendință spre *psihologizare* a intervenției, atât din punct de vedere teoretic, cât și metodologic. Trei interviuri cu angajați ai serviciilor de consiliere din AJOFM-uri confirmă aceste tendințe și susțin necesitatea de metode alternative bazate pe capitalul social individual.

Capitolul II, Capitalul social individual, oferă un fundament teoretic și prezintă o analiză conceptuală extinsă, precum și definiții operaționale originale necesare cercetării. În primul rând, procedăm la o deconstrucție a conceptului bazându-ne în principal pe criticile aduse de Fine Ben (2004), care vede în conceptul de capital social mai curând un instrument ideologic decât unul științific. Procedăm apoi la o recuperare operațională prin evidențierea efectelor pozitive, respectiv negative ale capitalului social, prin descompunerea acestuia pe dimensiunile socială și economică și prin prezentarea a trei posibile abordări: societală - la nivel macrosocial, comunitară - la nivel mezosocial și individuală - la nivel microsocioal. Perspectivele macro și mezosociale sunt reprezentate în cadrul lucrării de părinți fondatori ai conceptului: Robert Putnam (2000), James Coleman (1988) și Pierre Bourdieu (1986). Analizăm aceste perspective din punctul de vedere al limitelor lor, mai ales în ceea ce privește definițiile operaționale și perspectiva intervenției la nivel microsocioal. Aducem în discuție teoria *tăriei relațiilor slabe* susținută de Mark Granovetter (1974), chiar în domeniul metodelor de căutare a unui loc de muncă: relațiile slabe aduc mai multe oportunități de angajare decât cele puternice prin faptul că ele conectează individul la medii diferite de mediul social de apartenență. Plasăm astfel teza în perspectiva microsociologică și propunem utilizarea conceptului de capital social individual ca instrument operațional de cercetare intervenție. Pornind de la contribuțiile teoretice ale lui Nan Lin (2005), propunem o dezvoltare originală a conceptului de capital social în diversele sale forme de abordare: societal, comunitar și individual.

Capitolul III, Capitalul social pe piața muncii – în teorie, procedează la constituirea unui stoc de cunoaștere științifică, cu potențial de transfer în intervenție, prin realizarea unei sinteze a cercetărilor actuale pe tema capitalului social pe piața muncii. Capitolul se dorește a fi un repertoriu de sfaturi practice pentru persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă. Studiile de specialitate demonstrează faptul că între 30% și 60% dintre indivizi își găsesc locul de

muncă prin relații informale (Hensvik & Skans, 2013, p.4). O atenție specială acordăm cercetării derulate de Mark Granovetter în 1974, *Getting a job. A study on contacts and careers*, tocmai pentru evidențierea caracterului natural al mobilizării capitalului social și pentru valențele aplicate, practice ale concluziilor sale. Aducem câteva precizări terminologice prin introducerea de termeni precum: metode formale/informale, active/pasive de angajare, intensitatea căutării, angajabilitate, relații puternice/slabe. Pornind de la literatura de specialitate, evidențiem apoi raporturile dintre metodele utilizate și caracteristicile socio-demografice, raportul dintre tipurile de canale de angajare utilizate și inegalitatea de status. O serie de studii, din literatura francofonă, insistă asupra specializării canalelor de angajare. Potrivit acestora, canalele informale ar fi mai utilizate de cei care nu pot mobiliza alte resurse formale (experiență, studii, competențe), iar canalele formale ar fi dedicate celor cu un statut socio-educational ridicat. Alte studii susțin importanța rețelelor sociale care funcționează ca un adevărat intermediar informal pe piața muncii alături de alte mecanisme formale (anunțuri, instituții, organizații). Menținerea contactelor cu *lumea angajaților*, *întreținerea legăturilor ocupaționale* sunt cele mai eficiente instrumente pentru evitarea *capcanelor șomajului*. Cu cât un individ are mai mulți prieteni angajați, cu atât șansele sale de angajare cresc. Rețelele sociale, ca mediu de circulație a informațiilor pe piața muncii, sunt capitalizate și de angajatori care dezvoltă politici de recrutare pe bază de recomandări (*refferals*) pornind de la principiul *homofiliei*: un angajat performant va recomanda un candidat performant. Se reduc astfel costurile cu publicitatea și recrutarea personalului. Aparenta contradicție între cei care susțin importanța canalelor informale de angajare ca mijloc de promovare ocupațională și cei care susțin ideea potrivit căreia canalele informale sunt mărci ale nereușitei sociale și ocupaționale este rezolvată printr-o abordare dinamică. Alain Degene propune abordarea în *formă de U* a modului de utilizare a relațiilor sociale în carieră: relațiile puternice sunt importante la început de carieră sau în absența altor

resurse. Primele locuri de muncă oferă individului experiența necesară dezvoltării unui capital uman propriu, vandabil pe piața formală a muncii. În etapele mai avansate ale carierei, relațiile slabe, profesionale, dezvoltate în timp, devin vehicule al promovării sociale și profesionale pe poziții prea specifice pentru a fi ocupate prin simple anunțuri formale. Nici din perspectiva angajatorilor, metodele de recrutare nu sunt utilizate linear, cele formale alternând cu cele informale în funcție de context, de dimensiunea sau de tipul angajatorului. Dimensiunea socială/relațională a angajabilității unui individ se manifestă și la nivel spațial, prin proximitatea geografică, ca facilitator al interacțiunii și al circulației informațiilor. Astfel de constatări sugerează necesitatea considerării simultane a capitalului uman și social în evaluarea angajabilității individualui. Capitolul este redactat astfel încât constatările teoretice să poată fi utilizate și în practica serviciilor de consiliere profesională.

Capitolul IV, Capitalul social pe piața muncii - în practică, repertoriază cunoașterea practică a persoanelor cu experiență în căutarea unui loc de muncă, prin prezentarea rezultatelor unei anchete de teren cantitative și calitative cu interlocutori din orașul Iași. Metodologia anchetei prezintă o definiție operațională inovatoare a conceptului de capital social. Propunem două dimensiuni (genetică/operațională) ale conceptului și opt variabile de măsurare a indicatorului *tărie/slăbiciune* a relațiilor utile în căutarea/găsirea unui loc de muncă. Pe dimensiunea genetică, cu privire la originea unei relații sociale, utilizăm patru indicatori: familie, studii, muncă, timp liber. Pe dimensiunea operațională utilizăm alți patru indicatori: calitate, încredere, frecvență, durată a relației sociale. După clarificarea conceptuală și metodologică, introducem două capitole specifice pentru două studii de teren realizate în anul 2017: unul cantitativ, pe bază de chestionar aplicat la 693 de interlocutori, și unul calitativ pe bază de interviuri realizate cu 34 de persoane active pe piața muncii, cu privire la perioadele de căutare a actualului și a fostele locuri de muncă.

Analiza cantitativă a datelor culese prin chestionar a relevat un aspect pregnant cu privire la populația studiată din Municipiul Iași. În primul rând, observăm că 29% dintre subiecți au un profil ocupațional *oportunist*. Obținerea actualului loc de muncă a fost, în aceste cazuri, neintenționată, bazată mai curând pe oportunități apărute în mod aleatoriu și fructificate într-un context sau altul, în absența unui plan de carieră. Această constatare contrazice presupuzițiile actuale din domeniul consilierii profesionale, respectiv necesitatea identificării unei corespondențe între profilul psiho-profesional și locurile de muncă disponibile. În al doilea rând, observăm eficiența supraunitară a canalelor informale (relaționale) de angajare. Dintre toate metodele de căutare utilizate, relațiile informale aduc locuri de muncă chiar și în cazul persoanelor care nu le amintesc drept canale de căutare.

O concluzie majoră a anchetei cantitative este că 59% dintre respondenți și-au găsit actualul loc de muncă prin implicarea, în diverse grade, a relațiilor sociale: 60% dintre aceștia amintesc sprijinul informațional, 40% recomandările verbale, 28% motivarea și încurajările în căutare, 16% sprijinul în candidatură și realizarea dosarului etc. Un procentaj de 86% dintre cei care recunosc sprijinul relațional îl evaluează ca fiind important sau foarte important în obținerea actualului loc de muncă. Remarcăm de asemenea faptul că sprijinul evocat a fost obținut în absența unor demersuri speciale sau a unor solicitări (70%), fiind mai curând un sprijin „constant, firesc, solidar” (53%), și faptul că sprijinul vine din partea unei persoane care lucra în aceeași companie în care respondentul ajunge să se angajeze ulterior (50%).

O atenție specială a fost acordată culegerii și analizei datelor care pot oferi informații despre tăria relațiilor mobilizate. Pe baza unor indicatori sintetici s-a putut calcula tăria relațiilor pe dimensiunea genetică (familie, studii, muncă, timp liber) și pe dimensiunea operațională (apropiere, încredere, frecvență, durată). Astfel, relațiile puternice au putut fi identificate chiar și în afara celor

familiale sau de prietenie, atât timp cât au înregistrat scoruri ridicate pe alte dimensiuni (apropiere, încredere, frecvență, durată).

Principala concluzie a analizei cantitative a datelor este aceea că 59% dintre toți respondenții (693 persoane) au utilizat resurse relaționale în găsirea actualului loc de muncă și că 56% dintre aceștia (407 persoane), sau 33% din populația totală, au mobilizat relații puternice sau foarte puternice definite ca relații de apropiere familială, de studii, de muncă sau din timpul liber, subiectiv apropiate, bazate pe încredere, pe frecvența sau durata interacțiunii. Mobilizarea acestui tip de relații indică o situație a pieței muncii și a canalelor de recrutare diferită de cea indicată de Mark Granovetter în studiul său cu privire la obținerea unui loc de muncă prin intermediul relațiilor slabe (1974). Dacă Granovetter observa importanța relațiilor slabe în obținerea unui loc de muncă, în cazul angajaților din Municipiul Iași se observă că, dimpotrivă, relațiile puternice sunt mult mai importante, cel puțin din punctul de vedere al dimensiunii genetice, obiective a acestora. În Iași, din cei 59% de angajați care și-a utilizat relațiile sociale ca sprijin în găsirea unui loc de muncă, jumătate s-au bazat în primul rând pe relații puternice de familie, studii, muncă sau din timpul liber.

Faptul că 39% dintre cele 407 persoane care indică o formă de suport social în găsirea unui loc de muncă menționează *familia* ca sursă a acestui sprijin atrage atenția asupra importanței relațiilor familiale pe piața muncii din Iași. Dacă raportăm acest procentaj la întreaga populație, inclusiv cei care nu menționează suportul social în găsirea locului de muncă, rezultă un procentaj de 23%. Cu alte cuvinte, 23% din întreaga populație studiată a primit o formă sau alta de sprijin din partea familiei în găsirea actualului loc de muncă.

Concluziile sunt verificate și susținute și prin calcularea unor indicatori colaterali, cum ar fi cel al multiplexității, respectiv al manifestării unei relații în mai multe domenii ale vieții respondentului. Cuantificând numărul de forme de sprijin simultane, se observă faptul că doar 10% dintre cei care au evocat suport social în găsirea locului de muncă indică faptul că acest suport ar fi un caz

izolat. 34% dintre ei menționează cel puțin un alt tip de ajutor pe care persoana suport l-ar mai fi acordat, 16% menționează două astfel de tipuri de ajutor etc.

La finalul analizei cantitative, acordăm o atenție specială raportului dintre profilurile socio-profesionale ale celor care acordă suport și ale celor sprijiniți în identificarea și ocuparea unui loc de muncă. Astfel, suportul social circulă pe linii de diviziune socio-profesionale, gen, vârstă, studii, mediu de origine, nivel ierarhic sau sector de activitate. Aceste date indică faptul că avem de-a face cu o circulație mai mult endogenă a suportului social, de la și către persoane similare, susținând ideea unei piețe a muncii structurată pe principiul homofiliei. Această structurare are un caracter mai pronunțat în cazul persoanelor cu studii superioare și în cazul faliei dintre sectorul public și cel privat.

Analiza clitivă a datelor culese prin interviuri abordează în primul rând *tematica intrării pe piața muncii*. Principala recomandare făcută de interlocutorii noștri este aceea ca tinerii, absolvenții, să caute un loc de muncă, dar să nu aștepte jobul ideal. Primul loc de muncă este esențial pentru experiența generală în muncă, pentru depășirea inhibițiilor și prejudecăților și dezvoltarea abilităților și aptitudinilor transversale, transferabile de la un loc de muncă la altul. Primul loc de muncă, chiar dacă nu este la înălțimea așteptărilor, reprezintă o poartă de intrare în sistem, în profesie și pe piața muncii. În timp, calitatea locului de muncă poate evolua, fie prin calitatea relațiilor dezvoltate, fie prin noi oportunități deschise. Chiar dacă primul loc de muncă nu se transformă în carieră, el oferă tânărului și un capital social profesional sub formă de recomandări, pe care îl poate mobiliza pentru următoarele locuri de muncă. Dacă prima experiență profesională este un eșec, acesta poate fi ignorat atâta vreme cât nu se transformă într-o capcană profesională pe termen lung.

O temă frecventă care apare în interviurile cu interlocutorii noștri este aceea a *caracterului aleatoriu al carierei profesionale*, mai ales în cazul interlocutorilor de vârstă medie, între 30 și 50 de ani. Contrar tezei capitalului uman văzut ca factor determinant al carierei profesionale, mulți participanți la

studiu își prezintă cariera ca pe un șir de accidente biografice care duc la un final fericit. Locurile de muncă găsite nu au fost cele căutate, ele apărând întâmplător pe baza unor întâlniri accidentale cu persoane care au deschis oportunități. Traseele profesionale ale interlocutorilor noștri sunt de multe ori sinuoase, alternând job-uri de calitate cu perioade de șomaj sau de inactivitate, perioade de dezvoltare profesională și perioade de disperare în căutarea unui loc de muncă, momente de conectare la noi job-uri cu momente de renunțare bruscă la oportunități. Nici unul dintre ei n-ar fi putut prezice locul de muncă actual, iar acesta nu a rezultat în urma unui demers sistematic de carieră, de dezvoltare a capitalului uman, ci în urma unor mobilizări ad-hoc a capitalului social.

O secțiune consistentă a analizei calitative a datelor este dedicată diverselor etape și *metode de căutare a unui loc de muncă*. Detalierea acestor aspecte este prezentată ca stoc de cunoaștere practică transferabilă către potențiali beneficiari. În ceea ce privește canalele de recrutare, sunt amintite întâi cele formale: ziare, afișe, pagini web specializate, pagini web ale companiilor. Ulterior sunt amintite canale pe care le putem numi semi-formale, implicând într-o oarecare măsură interacțiunea informală cu diverse persoane: *facebook*, *linkedin*, târguri de locuri de muncă, tururi de companii, relații cu angajați ai departamentelor de resurse umane, firme care intermediază pe piața muncii sau candidaturile spontane care duc la crearea de relații ad-hoc. Pentru interlocutorii noștri mai tineri, caracterul aleatoriu al carierei profesionale este mai redus. Ei insistă asupra importanței documentării prealabile pe internet și asupra perseverenței în căutare. În cazul lor, angajarea este rezultatul unor căutări insistente. Pentru unii dintre ei, căutarea unui (nou) loc de muncă mai bun devine chiar un sport. De aceea, ei promovează deschiderea față de mobilitate și față de locuri de muncă diverse și pentru o reconversie profesională continuă. Chiar dacă, uneori, aceasta este dictată de necesități, alteori, reconversia profesională continuă este abordată chiar ca filosofie de viață.

Cum pot fi mobilizate relațiile sociale în căutarea unui loc de muncă? Printr-o comunicare constantă pe teme cotidiene cu persoane de la locul de muncă. Informațiile despre oportunități legate de locuri de muncă circulă pe canale de comunicare cotidiană. Acesta este și motivul pentru care căutarea unui loc de muncă prin canale relaționale este rareori conștientizată sau practică instrumental de interlocutorii noștri. Ea este descrisă mai curând ca un proces de expectativă activă, de atenție perpetuă la informații relevante.

Prezentăm ulterior diverse *ipostaze de mobilizare a capitalului social individual*, pornind de la relațiile puternice de rudenie care sprijină atât prin informații, cât și prin influență, la relațiile slabe (prieteni, colegi, cunoștințe) care pot oferi informații relevante și împărtăși din experiența lor profesională. Un statut special îl au relațiile slabe bine plasate. În tot procesul de mobilizare a capitalului social individual se remarcă importanța investiției de încredere pe care relațiile sociale o facilitează. O temă colaterală este aceea a diverselor grade de mobilizare a acestor relații în funcție de impactul acestora asupra obținerii locului de muncă, respectiv de la informații esențiale comunicate întâmplător, la informații suplimentare solicitate intenționat; de la recomandarea față de angajați ai departamentelor de resurse umane, la recomandări transmise prin politica de recomandări (*refferals*) practică de marile companii; de la recomandările cu rol de capital de încredere practicate în companiile mici, la recomandări în calitate de garanție a calității candidatului, de la informații confidențiale ca avantaje semnificative în competiții, la aranjarea efectivă a concursului, mai ales în instituțiile publice (potrivit unor percepții generalizate). Ceea ce remarcă interlocutorii noștri este faptul că nu întotdeauna recomandările au efecte pozitive, ele generând un lanț de obligații reciproce ce pot deveni stresante atât pentru cel care recomandă, cât și pentru cel recomandat sau care pot genera riscuri la nivel de performanța resursei umane atrase în firmă.

Un element care apare de mai multe ori în interviurile cu interlocutorii noștri este *dimensiunea morală și spirituală a carierei*. Remarcăm faptul că

persoanele active pe piața muncii evaluează locul de muncă obținut sau căutat și dintr-o perspectivă morală: corectitudine, valorizare a calităților individuale, concordanța dintre natura jobului și profilul psiho-moral al candidatului. Aceste raționamente, care pot fi exprimate sintetic prin formula „e important să-ți placă”, au o dimensiune practică accentuată. Un loc de muncă neplăcut atrage lipsa de randament, de mobilizare, de confort psiho-social, de satisfacție și poate duce la rupturi bruște. În unele cazuri, dimensiunea morală devine chiar spirituală, ducând la o percepție asupra carierei ca rezultat al unui plan aproape divin. Chiar dacă pot fi suspectate drept raționalizări post-factum, pentru mulți dintre interlocutorii noștri, succesele sau eșecurile, întâlnirile sau despărțirile, toate au avut un rost și au reprezentat o experiență profesională și de viață din care au avut ceva de învățat. În acest sens, principala recomandare pentru cei aflați în căutarea unui loc de muncă este „să creadă în șansa lor”.

La finalul analizei calitative a datelor, prezentăm perspective specifice asupra modului de mobilizare a capitalului social individual pentru *diverse domenii de activitate*: companiile multinaționale/IT/outsourcing în care funcționează politica de *refferals*; comerțul și vânzările unde anunțurile pe bază de afișe sunt forme flexibile de recrutare; jurnalism – relații publice, domenii în care rețelele proprii de sociabilitate sunt esențiale și pot fi dezvoltate cu ușurință; sănătatea și serviciile medicale care solicită eforturi îndelungate de intrare în mediul fizic, profesional și relațional; educația și învățământul care solicită perseverență și dispoziția pentru examinări periodice; sectorul public care este în general suspectat la nivel de corectitudine a concursurilor de angajare și în ceea ce privește probabilitatea mare ca posturile să fie „date înainte”.

Capitolul V, Cercetarea sociologică și beneficiarii săi, problematizează fundamentul epistemologic al tezei, prin interogarea raportului dintre sociolog și beneficiarii cercetării în perspectiva transferului de cunoaștere științifică sociologică spre practica intervenției. În acest sens, prezentăm o tipologie a beneficiarilor cercetării sociologice: mediul academic (reproducere și

dezvoltarea cunoașterii în medii de specialitate); beneficiari publici (instituțiile statului, organizații specializate, marele public); beneficiari privați (organizații politice, agenți economici, societatea civilă). Amintim primele poziționări ale părinților fondatori în dezbaterile dintre distanțare versus angajare în raport cu obiectul de studiu al sociologiei. Emile Durkheim pledează pentru o sociologie ca știință, obiectivă și detașată de prejudecăți, dar și ca instrument practic al reconfigurării structurii sociale. Max Weber susține neutralitatea axiologică a savantului, văzută mai curând ca onestitate axiologică în sensul controlului propriei poziționări valorice. Amintim în continuare o serie de luări de poziție exprimate sintetic prin termeni precum *imaginație sociologică* (C. W. Mills), *artizan intelectual* (J. C. Kaufmann) dar și poziția mai radicală a *cercetării intervenție* adoptată de Alain Touraine în raportul dintre cercetător și obiectul de studiu. Prezentarea dezbaterii privind statutul sociologului continuă prin poziționări în favoarea autonomizării *câmpului cunoașterii științifice* (P. Bourdieu) sau în favoarea unei *sociologii publice* (M. Burawoy). O poziție radicală este adoptată de Helga Nowotny prin argumentarea tendințelor actuale în domeniul cercetării științifice, respectiv de *pilotaj*, de *comercializare* și de *responsabilizare*. Potrivit acesteia, știința pentru știință pare să devină imposibilă în societățile contemporane. Prezentăm și câteva analize asupra sociologiei ca profesie și a diverselor orientări pe piața muncii ale absolvenților din domeniu (Odile Piriou). Actualitatea dezbaterii asupra statutului sociologului și a raportului acestuia cu obiectul de studiu este argumentată într-o serie de articole pe această temă din volumul colectiv *Les sciences sociales et leurs publiques. Engagements et distanciations* coordonat de Mihai Dinu Gheorghiu (2013). În final, precizăm perspectiva teoretică a lucrării de doctorat, respectiv cea a unei sociologii practice și metoda cercetării intervenție, în sensul transferului de cunoaștere de la nivel academic la nivel practic și în sensul democratizării acesteia.

În urma cercetării și pe baza acesteia propunem câteva **linii posibile de dezvoltare și valorificare ulterioară** a rezultatelor:

- perfecționarea unor metode de cercetare care să permită dezvoltarea stocului de cunoaștere practică, pornind de la experiența specifică a persoanelor angajate în diverse domenii de activitate, cu relevanță pentru persoane interesate în a accede la locuri de muncă din aceste domenii;
- dezvoltarea unor instrumente de evaluare a resurselor relaționale individuale pornind de la metode de cercetare specifice studiilor în domeniul capitalului social individual, respectiv metoda generatoare/interpretoare de nume (*name generators/interpretres*).
- dezvoltarea unor metode de analiză a datelor culese prin aceste instrumente care să permită identificarea celor mai utile resurse mobilizabile în căutarea unui loc de muncă;
- dezvoltarea unor metode de promovare personală în cadrul rețelelor personale și profesionale în vederea prospectării continue a pieței muncii;
- dezvoltarea unor metode de abordare strategică a mediului relațional personal în vederea menținerii și sporirii contactelor personale relevante pentru integrarea pe piața muncii;
- testarea acestor metode și instrumente pe grupuri țintă de șomeri în vederea creșterii șanselor de ocupare și în vederea măsurării impactului specific acestui tip de intervenție;
- dezvoltarea unor module de instruire și consiliere a șomerilor pe baza rezultatelor prezentei cercetări și a celor existente deja în literatura sociologică de specialitate;
- transferul metodelor și instrumentelor dedicate valorificării capitalului social individual către profesioniști în domeniu, respectiv către consilieri pe piața muncii din instituții publice și din organizații specializate în vederea utilizării lor în ședințe de consiliere cu șomerii pentru facilitarea integrării acestora pe piața muncii.

În final vom face o scurtă trecere în revistă a **elementelor inovative ale tezei** de doctorat. În raport cu cercetarea și intervenția în domeniile pieței muncii și ale capitalului social individual, lucrarea de față aduce ca elemente inovative:

- argumentarea și precizarea importanței capitalului social individual ca metodă de intervenție pentru integrarea pe piața muncii;
- evidențierea impactului limitat al serviciilor de consiliere profesională în absența unei integrări a dimensiunii sociale, relaționale, a pieței muncii, respectiv prin concentrarea intervenției asupra capitalului uman și ignorarea impactului capitalului social;
- o sinteză originală a teoriilor fundamentale ale conceptului de capital social precum și ale conceptului derivat de capital social individual;
- definirea operațională a conceptului de capital social prin descompunerea acestuia pe două dimensiuni: dimensiunea *capital* și dimensiunea *social*:
 - o capitalul, definit ca resursă mobilizabilă în mod conștient în raport cu un scop;
 - o socialul, definit ca resursă ce constă în relații mobilizabile;
- o abordare cuprinzătoare a termenului de *relație socială*, de la cele colective sau categoriale (identitate colectivă), bazate pe apartenență (cetățenie, naționalitate), la cele individuale sau interacționale, bazate pe alegere și opțiune individuală (prietenie, familie), precum și a celor situate la intersecția primelor două (vecinătate, colegialitate);
- introducerea termenului de „transfer de angajabilitate” alături de cel de angajabilitate, deja existent în literatura de profil, tocmai pentru evidențierea dimensiunii sociale a acestuia, respectiv a faptului că angajabilitatea nu se bazează doar pe atribute individuale, ci și pe structura și conținutul resurselor relaționale personale ca structură a oportunităților;

- o abordare originală în măsurarea *tăriei* relației sociale, definită pe două dimensiuni:
 - dimensiunea genetică (originea relației sociale), cu 4 indicatori obiectivi: familia, studiile, munca, timpul liber, și 20 de indici ierarhici subsumați ce permit, prin cumulare, construirea unui indicator sintetic;
 - dimensiunea operațională (calitatea relației sociale), cu patru indicatori, din care doi obiectivi (durata relației și frecvența interacțiunilor) și doi subiectivi (încrederea și apropierea), și 20 de indici ierarhici subsumați ce permit, prin cumulare, constituirea unui indicator sintetic.

Poate cea mai importantă contribuție a tezei se regăsește la nivel de promovare a unor servicii specifice sociologiei, respectiv intervenția prin servicii de consiliere asupra mediului social/relațional al unui potențial beneficiar în vederea stimulării integrării lui pe piața muncii. Prin susținerea unor astfel de servicii, fundamentate pe literatura de profil (cunoaștere academică), dar și pe experiența de viață a persoanelor active (cunoaștere practică), prezenta cercetare contribuie la procesul de democratizare a cunoașterii sociologice.

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Bachmann, R. & Baumgarten, D. (2012) How Do the Unemployed Search for a Job? Evidence from the EU Labour Force Survey. *Ruhr Economic Papers* 312.
2. Berkel, R. & Walkenbug, B. (2007) *Making it personal. Individualising activation services in the EU*. Bristol, The Policy Press.
3. Bourdieu, P. (1986) *Forms of capital*.
4. Bourdieu, P. (1986) *Economia bunurilor simbolice*. București, Editura Meridiane.
5. Bourdieu, P. (1997) *Les usages sociaux de la science*. Paris, Institut National de la Recherche Agronomique.
6. Burt, R.S. (2000) The Network Structure of Social Capital. *Research in Organizational Behaviour*. 22, 345-423.
7. Burt R.S. (2008) Structural Holes versus Network Closure as Social Capital. În Lin N., Cook K. & Burt R.S. (2008) *Social Capital, Theory and Research*. New Brunswick, Transactions Publishers.
8. Burt R.S., The network structure of social capital, *Research in Organizational Behaviour*, Volume 22, pages 345-423.
9. Burrawoy, M. (2004) *For public sociology, Presidential adress at American Sociological Association*.
10. Coleman, J.C. (1988) Social Capital in the Creation of Human Capital. *The American Journal of Sociology*. 94, S95-S120.
11. Crăciun, M. (2016) *Contribuția consilierii de carieră la integrarea studenților în comunitate*. București, Universitatea București, Facultatea de Psihologie și Științele Educației, Școala Doctorală, Domeniul: Științele ale Educației.
12. Cuin, C. H. (2000) *Ce que (ne) font (pas) les sociologues. Petit essai d'épistemologie critique*. Geneva, Librairie Dros S.A.
13. Degenne, A., Fournier, I, Marry, C. & Mounier, L. (1991) Les relations au coeur du marché du travail. *Sociétés contemporaines* N5, Mars 1991. Réseaux sociaux. pp. 75-97.
14. Durkheim, E. (1893) *De la division du travail social*.
15. Durkheim, E. (1894) *Les règles de la méthode sociologique*.
16. Durkheim, E. (1922) *Éducation et sociologie*.
17. Eichhorst, W., Kaufmann, O. & Knole-Seidl, R. (editors) (2008) *Bringing the Jobless into Work. Experiences with activation schemes in Europe and the US*. Verlag Berlin Heidelber, Springer.
18. Elias, N. (1993) *Engagement et distanciation. Contributions à la sociologie de la connaissance*. Paris, Fayard.
19. European Commission, 2010. Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. COM(2010) 2020 final.
20. Fine B., Lapavitsas C. (2004) Social Capital and Capitalist Economies. *South Eastern Europe Journal of Economics*, nr. 1, pp. 17-24.

21. Gaag van der, M. & Snijders, T. (2004) *9 Proposals for the Measurement of Individual Social Capital*.
22. Gaag van der, M., Snijders T.A.B. & Flap H.D. (2004) *Position Generator measures and their relationship to other Social Capital measures*. ICS, Vrije Universiteit Amsterdam, University of Groningen, Utrecht University.
23. Gheorghiu, M.D. & Arnault, P. (2013) (editori) *Les sciences sociales et leur publics. Engagements et distanciations*. Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza” Iași.
24. Granovetter, M. (1974) *Getting a Job. A Study of Contacts and Careers*. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.
25. Granovetter, M. (1982) The strength of weak ties. A Network Theory Revisited. In: Marsden, P.V. & Lin. N. (eds.) *Social Structure and Network Analysis*. Sage Publications, 1982, pp. 105-130.
26. Green, A.E., Hoyos, M., Yuxin, L. & Owen, D. (2011) *Job Search Study: Literature review and analysis of the Labour Force Survey*. Institute for Employment Research, University of Warwick, Department for Work and Pensions. Research Report No 726.
27. Jigău, M., Botnariuc, P., Chiru, M., Cîrlea, S., Ghinea, D., Muscă, A. & Tășica, L. (2003) *Consilierea carierei adulților*. București, Institutul de Științe ale Educației, Laboratorul Orientare Școlară și Profesională.
28. Kaufmann, J.C. (1996) *L'entretien compréhensif*. Paris, Armand Colin.
29. Lahire, B. (2004) *À quoi sert la sociologie*. Paris, La Découverte.
30. Legrand, M., Guillaume, J.-F. & Vrancken D. (1995) *La sociologie et ses métiers*. Paris, L'Harmattan.
31. Lin N. (2008) Building a Network Theory of Social Capital. În Lin N., Cook K. & Burt R.S. (2008) *Social Capital, Theory and Research*. New Brunswick, Transactions Publishers.
32. Lin, N. (1999) *Building a Network Theory of Social Capital*. Connections. 22(1), 28-51.
33. Lin, N. (2005) A Network Theory of Social Capital. În Castiglione, D., van Deth, J. & Wolleb, G. (eds.) (2005) *Handbook on Social Capital*. Oxford, Oxford University Press.
34. Mills. Ch.W. (1997) *L'imagination sociologique*. Paris, La Découverte/Poche.
35. Nowotny, H., Scott, P. & Gibbson, M. (2003) Mode 2 Revisited: The New Production of Knowledge. *Minerva* 41: 179–194, 2003, Kluwer Academic Publishers.
36. Piriou, O. (1999) *Pour une sociologie des sociologues. Formation, identité, profession*, Paris, ENS Éditions.
37. Putnam, R.D. (2000) *Bowling alone. The Collapse and Revival of American Community*. New York, Simon & Schuster.
38. Touraine, A. (1978) *La voix et le regard. Sociologie des mouvements sociaux*. Paris, Éditions du Seuil.
39. Yoannides, Y.M. & Loury, L.D. (2004) Job Information Networks, Neighborhood Effects, and Inequality. *Journal of Economic Literature*. 42 (4), 1056–1093.
40. Weber, M. (2003) *Le savant et le politique*. Paris, La Découverte/Poche.
41. Weber, M. (2001) *Teorie și metodă în științele culturii*. Iași, Polirom.
42. World Bank, Social Capital Initiative. *Working Paper No. 1-24*.

MULȚUMIRI

*Părinților mei, care mi-au fost alături
atunci când nimeni nu mă cunoștea.*

Le mulțumesc beneficiarilor proiectelor în care am lucrat de-a lungul anilor pentru neliniștea sociologică, Fundației Corona pentru cadrul liber al dezvoltării unei sensibilități sociale și al mobilizării resurselor intelectuale în sprijinul celor aflați în nevoie.

Mulțumesc Roxanei Romanică pentru că m-a încurajat în 2014 să particip la concursul internațional al organizației SPARK din Olanda cu proiectul de cercetare „Social Capital as Resource in Start-up Businesses”, ce a fost premiat și finanțat pentru implementare, ducând la un raport consistent de cercetare, bază teoretică și metodologică a prezentei teze de doctorat.

Îi mulțumesc domnului Prof. Univ. Dr. Mihai Dinu GHEORGHIU, care m-a îndrumat cu tact și cu răbdare, cu înțelegere și cu interes, prin critici și încurajări bine plasate, dându-mi șansa să transform ideile vagi de la început într-o lucrare încheată cu valențe academice. Îi mulțumesc, de asemenea, pentru sprijinul oferit în valorificarea bazei documentare a *Centre d'études de l'emploi* (Paris, Franța), precum și pentru sprijinul în realizarea de interviuri cu experți ai acestei instituții, colegii dumnealui.

Mulțumesc, de asemenea, membrilor comisiei de îndrumare, domnilor Prof. Univ. Dr. Nicu GAVRILUȚĂ, Prof. Univ. Dr. Dumitru STAN și Prof. Univ. Dr. Adrian NETEDU, pentru deschiderea față de tema lucrării, pentru sprijinul și pentru recomandările pe care mi le-au oferit cu generozitate, de la începutul și până la finalizarea cercetării.

Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași

Facultatea de Filosofie și Științe Social – Politice

Școala Doctorală, Domeniul Sociologie

Iași, 2019