УДК 316.472.47

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА КАК РЕСУРСА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Игумнов Олег Александрович,
к.п.н., доцент
Мусарский Марк Михайлович,
д.э.н., профессор
ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

Аннотация. В статье представлены результаты анализа аксиологических аспектов социального капитала как ресурса управления. Авторы, рассматривая социальный капитал в качестве основной формы социальных ресурсов, отмечают, что его аксиологические аспекты определяются его потенциалом и спецификой структуры, формирующей среду «опредмеченных ценностей». Отмечено, что аксиологические аспекты в социологическом анализе логично определяют субъект-субъектные отношения и процесс формирования социального капитала как обладающие ценностным компонентом. Сделан вывод о том, что социально ориентированное управление, складывающееся в результате взаимодействия субъектов, образует организационную ценность.
Ключевые слова: социальный капитал; социальные ресурсы; аксиология; ценность; субъект-субъектные отношения; социально-ориентированное управление.

SOCIAL CAPITAL AS AN ORGANIZATION MANAGEMENT RESOURCE AXIOLOGICAL ASPECTS

Igumnov Oleg Aleksandrovich,
Musarsky Mark Michailovich

Abstract. The article presents the results of the social capital as a management resource axiological aspects analysis. The authors considering social capital as the main form of social resources note that its axiological aspects are determined by its potential and the structure that forms the environment of «objectified values» specifics. It is noted that axiological aspects in sociological analysis logically define subject-subject relations and the process of social capital formation as having a value component. It is concluded that socially oriented management which develops as the interaction of subjects result forms an organizational value.

Key words: social capital; social resources; axiology; value; subject-subject relations; socially-oriented management.

Признание ценностного характера объекта изучения социологии управления, по нашему мнению, способствует продуктивному расширению представлений как о самом объекте, так и о рамках его исследования как сферы социального бытия.

В современных условиях формирования общего культурного пространства, универсализации организующих его ценностей фиксируется не только их конвергенция, но и дивергенция по различным линиям. Сложившаяся социально-политическая ситуация, определяемая санкционным давлением на РФ и обострением проблемы конкурентоспособности российских организаций. существенно повышает для российских организаций уровень актуальности поиска и использования новых ресурсов для повышения устойчивости и уровня инновационности развития организаций в условиях ограниченности возможностей, обусловленных новыми социально-политическими вызовами.

Ресурсом социального управления, обладающим значительным потенциалом выступает социальный капитал. Под социальным капиталом мы понимаем ресурс социального управления, сущностно определяемый формой и характером социальных отношений между субъектами управления, опосредованных функционально обусловленной деятельностью и социально-значимыми интересами [см.: 3; 4].

В указанном качестве социальный капитал не требует существенных финансовых инвестиций, но способен изменить социальную архитектуру российских организаций, а также перестроить их систему управления на основе субъект-субъектного подхода, усиления социальной связности, укрепления социально-трудового партнёрства и формирования социальной солидарности. Поскольку указанные возможности социального капитала определяются уровнем социальных отношений, взаимного доверия и нормами, социальный капитал мы рассматриваем как ресурс нематериальной природы (что

содержательно не тождественно традиционному понятию «нематериальные ресурсы»).

Кроме того, социальный капитал обеспечивает проявление «социальной энергии», которая интерпретируется как синергетический эффект, образуемый социальным капиталом и иными социальными ресурсами. Данный эффект достигается в согласовании с деятельностным подходом, опирающимся на активность субъектов как коллективную деятельность с общими целями и релевантными смыслами.

Социальный капитал выступает как инновационный ресурс управления по двум основаниям: 1) социальный капитал традиционно исследовался на уровне больших социальных сообществ, либо атрибутировался личности в качестве её неотъемлемой черты, при этом социальный капитал на уровне организации в качестве феномена социальных отношений в социологических исследованиях не рассматривался; 2) в практике социального управления социальный капитал прежде не рассматривался в качестве ресурса в силу недостаточности исследования его потенциала.

Обращение к аксиологическим аспектам социального капитала как ресурса управления организациями обусловлено как его потенциалом, кратко представленным выше, так и спецификой его структуры, определяющей его экземплифицированность. Социальная среда, по мнению В. Брожика, рассматривается как преимущественно ценностная, среда «опредмеченных ценностей» [2]. Одной из основных ценностей любой организации является её ресурсный потенциал, формирование, развитие, а также рациональное использование которого представляет её ведущую компетенцию.

В структуре организационных ресурсов традиционно выделяются материальные и нематериальные, ценность которых определяется, прежде всего, с точки зрения их способности генерировать денежный поток. Группа социальных ресурсов, как правило, не рассматривается с позиций их способности обеспечивать управленческие эффекты, трудно поддающиеся

квантификации в терминах экономической науки в силу их явной социологической коннотации.

Социальный капитал в данной группе ресурсов выступает в качестве основной их формы, обеспечивающей существенные управленческие эффекты. В этом смысле социальный капитал вписывается в формулу ценности Сократа, который, понимая её как благо, интерпретирует его как «реализованную ценность – полезность»; ценность и польза выступают у него как две стороны одной сущности, разрешающей классическую бинарную оппозицию «ценность – не ценность» («полезно – не полезно»). Социальный капитал обладает ценностью сам по себе, как ресурс управления организацией, а также и как «реализованная ценность», приносящая значительную пользу социальной организации, выражающейся в приращении её социальной энергии и общего ресурсного потенциала.

В подходе М. Вебера ценность рассматривается как норма, способ бытия, значимый для субъекта; на основе данного представления известный социолог предложил интерпретацию социальных действий. Формирование социального капитала – процесс коллективного творчества всех членов организации, основанный на их постоянном взаимодействии в рамках организационной структуры и общности цели – развитие социальных отношений более глубокого качества, основанных на взаимном доверии и прозрачности норм в социальных сетях.

Указанный процесс представляет собой и процесс формирования общих ценностей и смыслов организации, обусловливающий способ со-действия субъектов управления. Со-действие предполагает со-бытие с другими субъектами, которое, в свою очередь, ведёт к со-изменению и со-творчеству в многообразии взаимодействий и «полифонии связей и зависимостей» [5, с. 57]. Это формирует особый фон социальных отношений в организации для формирования её социального капитала, что даёт возможность трактовать организацию как социальное пространство «со-бытия и со-действия многих» и выделить два аспекта предлагаемой трактовки.

Во-первых, субъекты выступают в качестве условия существования друг друга в рамках организации, влияя, так или иначе, на деятельность друг друга и её результаты. Во вторых, в складывающемся социальном пространстве воспроизводится само «поле» деятельности организации, в котором реализуется её динамика, что отмечал ещё К. Маркс, утверждая, что «условия и предметные воплощения процесса сами в одинаковой мере являются его моментами, а в качестве его субъектов выступают только индивиды, но индивиды в их взаимоотношениях, которые они как воспроизводят, так и производят заново» [6, с. 222].

Отметим, что в данном случае проблематично говорить об «освоении» ценностей или обучении «ценностям»; содержательно точнее сущность процесса формирования и развития социального капитала в организации выразил В. Франкл, утверждавший, что «ценностям мы не можем научиться – ценности мы должны пережить» [11].

Подход М. Вебера был развит в структурно-функциональном анализе Т. Парсонса, в рамках которого понятие «ценность» приобрело обобщающий методологический смысл в качестве средства выявления и описания социальных отношений. Организация, как социальная система, для обеспечения связности как целостности предполагает наличие разделяемых всеми её членами ценностей. В нашем случае речь идёт о социальном капитале как социально ценном, уникальном ресурсе, обеспечивающем социальные эффекты, признаваемом таковым всеми, кто идентифицирует себя с организацией.

Ведущим компонентом социального капитала выступает его реляционная составляющая, основанная на ином, чем традиционно представляется, уровне социальных отношений в организации. Данный уровень определяется уровнем субъектности членов организации, который в социологии управления рассматривается как ключевой показатель модели управления.

В практике модели управления, в широком смысле, характеризуются многократной повторяемостью, обеспечиваемой тем, что субъект

управленческой деятельности разрабатывает алгоритмы решения управленческих задач, реализуемые объектами управления, а также средства воздействия на объект, адекватные поставленной задаче. С точки зрения социологии управления субъект управления вступает с другими субъектами в субъект-объектные («руководитель – подчинённый») и субъект-субъектные («личность – личность») и отношения.

В отличие от стереотипного представления об объекте управления, в качестве такового в широком смысле, как правило, выступает «совместная деятельность людей в процессе достижения ими определённого будущего состояния предмета их деятельности» [10, с. 50]. Признание данной особенности требует логичной дифференциации двух типов социальных отношений в организации:

1) субъект-объектных в широком управленческом смысле, когда объект управления представляет часть системы управления, в которой доминирует субъект, объектом выступает *деятельность* как таковая, а целью – производство социально значимого продукта (услуги);
2) субъект-субъектных, описываемых на языке социологии управления, и предполагающих, что в роли объекта как социального актора, по сути, выступает субъект как «другой», партнёр по взаимодействию (а не «объект»); объектом управления в данном случае выступает *формирование отношений по поводу деятельности*, что трансформирует цель управления, переводя её в социальную плоскость – формирование нового качества социальных отношений.

Субъект, включённый в жизнь организации, живёт её проблемами, организуясь в процессе социального управления организацией. Фактически признание субъектности бывшего «объекта» управления определяет полисубъектность социального управления как иерархически организованного процесса. Кроме того, полисубъектность определяет и основную цель регулятивных действий в социальной организации, заключающуюся

в согласовании интересов субъектов управления в процессе социального взаимодействия для гармонизации социальных отношений.

В данном подходе отражён и один из базовых признаков управления, который В.В. Щербина определил как «тип направленных регулятивных воздействий, в которых в качестве источника воздействий рассматривается именно и только социальный субъект (человек или некие социальные образования)» [12, с. 58]. Вектор данного воздействия также направлен на другого субъекта (человека или социальное образование) с целью не столько поддержания, сколько изменения характера их состояния (или поведения).

Можно констатировать, что новым фактором развития организаций в современном обществе выступает фактор осознанности, отражающий способность человека быть активным, творческим и ответственным источником социального взаимодействия. Как обоснованно отмечал немецкий социолог Х. Плеснер, «организация выступает в качестве средства проявления человеком своей самости, средства самоутверждения на фоне объекта деятельности, наконец, средствами самой этой деятельности» [7].

Социальный капитал, обусловливая «проявление самости», формирует условия для её дальнейшего развития и повышения значимости каждого индивида как «действующего актора» (А. Турен).

Вместе с тем, согласимся с мнением С.Ф. Анисимова, предостерегающим от «растворения» предмета аксиологии в социологии посредством простого игнорирования факта существования специфического ценностного отношения. [1, с. 67]. Наше представление о ценности социального капитала не сводится к прямой редукции ценностного отношения к конкретному понятию «социальное отношение», поскольку мы исходим из понимания ценностного компонента социального капитала в более широком смысле. Ценность его заключается не столько в самом факте социального отношения, которое составляет основу социального капитала, сколько в сущностной специфике содержания отношения и его базисного характера в процессе формирования социального капитала.

Ценностное отношение к социальному капиталу формируется в процессе познания его природы и содержания. Готовность субъектов управления к совместной, осознанной работе по формированию социального капитала, повышает интерес к познанию механизмов самого процесса, в ходе которого формируется оценка. Как известно, без интереса к познаваемому объекту не бывает познания, а без познания не формируется оценка степени ценности результата познания и деятельности.

Как отмечает С.Ф. Анисимов, «понятие ценности выражает не только (и даже не столько) сам факт возникновения ценностного отношения, сколько определённое – именно положительное – качество этого отношения, которое и фиксируется в сознании в виде представления, понятия, суждения, чувства об этом качестве – оценки [1, с. 67].

Согласимся и с мнением С.Л. Рубинштейна, отмечавшим, что «отражение – это не только знание о явлениях действительности, но и отношение к ним; в нем отражаются не только сами явления, но и их значение для отражающего субъекта, для его жизни и деятельности» [8, с. 164]. В структуре ценностного отношения и возникает ценность, то есть положительное значение социального капитала с точки зрения его способности удовлетворить потребность организации и её членов в формировании и приращении инновационного социального ресурса управления.

Иную оценку в ценностном плане получает и само управление, приобретающее характер социально ориентированного процесса, который основан на реализации интересов и потребностей индивидов, социальных групп и общностей посредством их активного участия в управленческом процессе, при котором традиционные субъект и объект управления составляют функциональное и органическое единство». Объект управления при этом «представлен внешне не сам в себе, а как субъект самоорганизации» [9, с. 292-293].

Аксиологический подход в оценке социального капитала органически вписывается в структуру социологического анализа ресурсной специфики

социального капитала, поскольку позволяет сопоставить его значение с потребностями жизнедеятельности организации на основе междисциплинарного анализа, а также установить его ценность и определить цели дальнейшего развития.

Список источников

1. Анисимов С.Ф. Введение в аксиологию. Уч. пособие для изучающих философию. – М.: Современные тетради, 2001. – 128 с.
2. Брожик, В. Марксистская теория оценки. Пер. со словац. Д.С. Прасолова; под общ. ред. и с послесл. Ю.Н. Солодухина. – М.: Прогресс, 1982. – 261 с.
3. Игумнов О.А. Социальный капитал в социологическом дискурсе: теоретические аспекты и управленческий контекст : монография / О.А. Игумнов. – Саратов: Издательство «КубиК», 2020. – 250 с.
4. Игумнов О.А. Социальный капитал как ресурс управления: формирование и развитие в российских организациях. – М.: Издательство «Перо» 2021. – 219 с.
5. Кемеров В.Е. Общество, социальность, полисубъектность. – М.: Академический проект; Фонд «Мир», 2012. – 252 с.
6. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. – Т. 46. – Ч. II.
7. Плеснер Х. Ступени органического и человек. Введение в философскую антропологию [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://musa.narod.ru/ples.htm. (28.01.2023)
8. Рубинштейн С. Л. Бытие и сознание [Текст] : О месте психического во всеобщей взаимосвязи явлений материального мира / Акад. наук СССР. Ин-т философии. – М.: Изд-во Акад. наук СССР, 1957. – 328 с.
9. Социология управления: Теоретико-прикладной толковый словарь / Отв. ред. А.В. Тихонов. Изд. 2-е, испр. – М.: ЛЕНАНД, 2016. – 480 с.
10. Социология управления: фундаментальное и прикладное знание / Отв. ред. А.В. Тихонов. – М.: «Канон$^{+}$» РОИИ «Реабилитация», 2014. – 560 с.

11. Франкл В. Человек в поисках смысла. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://libcat.ru/knigi/nauka-i-obrazovanie/filosofiya/269847-20-viktor-frankl-chelovek-v-poiskah-smysla.html. (31.01.2023)
12. Щербина В.В. Социология управления как специальная социолого-регулятивная теория: генезис, состояние, перспективы // Социологические исследования. – 2020. – № 5. – С. 56-65.