К ВОПРОСУ ОБ ЭКОНОМИЗАЦИИ КОНЦЕПТА «СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ ОРГАНИЗАЦИИ»: СОЦИАЛЬНО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Игумнов Олег Александрович,
к.п.н., доцент
ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

Аннотация. Статья содержит обзор основных направлений «экономизации» понятия «социальный капитал». Автор обосновывает социологический подход к анализу сущности социального капитала организации, оппонируя его представлению в качестве «превратной формы отношений постбуржуазного общества». В статье представлены положения разработанного автором социоресурсного подхода, в рамках которого социальный капитал рассматривается как инновационная форма социальных ресурсов. Сделан вывод о необходимости междисциплинарных связей в познании механизмов развития организаций на основе поиска «социального в экономическом» и «экономического в социальном».
Ключевые слова: социальный капитал организации, социоресурсный подход, субъект-объектные отношения, субъект-субъектные отношения, «экономизация».

ON «ORGANIZATION SOCIAL CAPITAL» CONCEPT ECONOMIZATION QUESTION: SOCIAL AND MANAGERIAL ASPECT

Igumnov Oleg Aleksandrovich

Abstract. The article contains the main directions of attempts to «economize» the «social capital» concept overview. The author substantiates the sociological approach to the of the organization's social capital essence analysis opposing its presentation as a «post-bourgeois society relations perverse form». The article presents a socio-resource approach developed by the author in which social capital is considered as an innovative form of social resources. The conclusion about the need for interdisciplinary connections in the organizations development mechanisms learning based on the search for «social in economic» and «economic in social» is made.
Key words: organization social capital, socio-resource approach, subject-object relations, subject-subject relations, economization.

Обращение к проблеме «экономизации» концепта «социальный капитал организации» (далее – социальный капитал) обусловлено рядом обстоятельств. В первую очередь, его возрастающей ролью в качестве ресурса управления

организациями, обладающего нематериальной природой, и не требующего значительных вложений в условиях ограниченности материальных ресурсов. Повышение уровня конкуренции и социально-экономической напряжённости, вызванное санкционным давлением и инициированным агрегированным Западом экономическим противостоянием, актуализировало поиск инновационных ресурсов управления организациями с учётом изменившихся условий функционирования. Одной из основных форм подобных ресурсов выступает социальный капитал организации.

С другой стороны, социальный капитал как концепт, остающийся в настоящее время, в известной степени, недотеоретизированным в силу недостаточности глубины его исследования в качестве социального ресурса управления, логично рассматривается с позиций устоявшихся теоретических подходов. Одним из таких подходов выступает своеобразная «экономизация», вписывающаяся в теорию «экономического империализма», сложившейся в условиях дифференциации наук об обществе в самостоятельные направления, и претендующей на роль «универсальной грамматики социальной науки» (Дж. Хиршлейфер).

Оставляя за рамками чисто экономические аспекты проблемы сущности социального капитала, остановимся на социально-управленческих аспектах и возможных практических последствиях «экономизации» социального капитала организации.

«Экономизация» как попытка представить социальный капитал в виде «превратной формы генезиса постбуржуазных отношений» (А.В. Бузгалин) [1, с. 147], как показывает анализ, проводится по ряду оснований.

Первую группу образуют критические оценки феноменов, относимых к компонентам социального капитала: доверия, социальных связей и социальных структур. В частности, отмечается, что отношения, на которых основан социальный капитал, по преимуществу неконкурентны. По нашему мнению, данное представление носит чрезмерно упрощенческий характер, основанный на постулате неоклассической экономики: «конкуренция – неизменный атрибут

рынка (и, следовательно, капитала)». Кроме того, попытка отнесения социального капитала к формам взаимодействия в капиталистической системе, представляется нам не вполне корректной в силу самой природы социальных отношений, которые существуют столько, сколько существует человечество, и независимо от социально-экономических формаций. Изменялись их формы и регулирующие нормы, которые определялись не только экономическими факторами.

С позиций социологии управления, предметом которой выступает социальное взаимодействие в процессе управления, странным выглядит и попытка «коммерциализации» социального капитала, сводящая его к социальным параметрам, которые могут быть использованы для получения «дополнительной коммерческой выгоды» или являются аргументом производственной функции и/или функции полезности [15, p. 160]. Социальный капитал, несомненно, оказывает влияние на экономические показатели, но данное влияние не является абсолютным, поскольку результативность деятельности организации, как известно, определяется комплексным действием совокупности факторов.

Не менее странным представляется сомнение экономистов в наличии у социального капитала черт общественного блага, отмеченных в работах А. Портеса и Е. Викстрома [12; 13], а также сотрудничества (Р. Патнэм, Дж. Брэм, У. Ранн) [11; 14], способности к оказанию помощи и поддержки (П. Бурдье, Л. Воквант, Е. Боксман, Ф. Де Грант, Л. Флэп) [9; 10], которые способствуют «развитию коллектива в целом» (К. Томас) [16] «с целью решения проблем коллективных действий» (Дж. Брэм, У. Ранн) [11].

Наши исследования показывают, что все указанные черты социального капитала обусловлены его природой как явления социального, а не экономического, что и объясняет его «невписываемость», «нетипичность» для рынка, что, в частности, отмечает и А.В. Бузгалин [1, с. 149], признавая вместе с тем его (социальный капитал) и как феномен.

Подобная «нетипичность», по нашему убеждению, логична по отношению к любой экономической системе, поскольку не показатель «рыночность-нерыночность» определяет указанные выше черты, а изменяющееся, с учётом рыночного характера экономических отношений, содержание социальных отношений. Рыночный фактор в данной ситуации, выступает, в числе иных факторов, скорее, фактором фасилитации динамики указанных черт, актуализируя, по определению А.И. Пригожина, «нематериальное как условие роста материального» [5, с. 156].

Другим фактором фасилитации формирования и развития социального капитала является фиксируемое в большинстве исследований по проблемам современного управления изменение природы отношений субъекта и объекта управления.

В классическом подходе управление в организации может быть представлено как тип взаимодействия между двумя, как минимум, субъектами, один из которых в этом взаимодействии находится в позиции субъекта (активной стороны) управления, а второй – в позиции объекта (пассивной стороны) управления. Складывающееся между ними взаимодействие, как аргументирует А.В. Тихонов, представляет собой «сознательно конструируемый и направляемый социокультурный механизм регуляции отношений между участниками совместной деятельности, сочетающий их интересы, организацию и самоорганизацию, формальные и неформальные нормы, достижение продуктивных целей и устойчивости социальных связей» [8, с. 45].

Отношения субъекта и объекта рассматриваются как одна из глубинных проблем в социологии управления, что обусловлено её амбивалентным характером и неоднозначностью интерпретации указанных концептов в социологической науке, а также спецификой проявления действия дихотомии «субъект-объект» в современных условиях. В частности, значительным повышением роли индивидов как субъектов социальных отношений в организациях и интерпретацией субъектности как их ключевой черты.

Общепризнано, что социология управления в процессе исследования своего предмета основывается на принципах деятельностно-структурной парадигмы, рассматривая механизм управления в структуре субъект-объектных отношений.

На практике модели управления многократно воспроизводятся: субъект управленческой деятельности разрабатывает идеальные конструкции как задачи и схемы их решения, а также определяет средства воздействия на объект, адекватные поставленной задаче. В процессе управления он же вступает с другими субъектами в субъект-объектные («руководитель – подчинённый») и субъект-субъектные («личность – личность») 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» [7, с. 50]. Этим при социологическом анализе процессов управления социология ориентируется на дифференциацию указанных отношений в две группы:

1) *субъект-объектные* отношения, в которых объект управления представляет часть системы управления с доминированием субъекта, а объектом, по сути, выступает *деятельность* как таковая, что определяет и её конечный результат в качестве социально значимого продукта, услуги, результата;
2) *субъект-субъектные* отношения, в которых в роли объекта, выступает субъект как «другой», как партнёр по взаимодействию, объектом управления – формирование *отношений по поводу деятельности*, а цель управления определяется как новое качество социальных отношений.

Несомненно, вторая группа отношений основана на базовых предпосылках социального капитала: уровне взаимного доверия (реципрокности), нормах, развитии сетевых взаимодействий, социальном партнёрстве и социальной солидарности. Взаимодействие между субъектами в организациях, основанное

на принципе солидарности, интерпретируется как частное проявление общесоциальных механизмов, обеспечивающих не только устойчивое функционирование, но и выживание организаций. Этим, как нам представляется, обусловлен и тренд на гуманизацию отношений «человек-организация», проявляющийся в российских организациях в повышении качества трудовой жизни, развитии корпоративной культуры, интеграции формальных и неформальных отношений, расширении организационной вовлечённости персонала и информационном обеспечении взаимодействия «человек-организация» [6, с. 29].

В соответствии с идеей институциализации Т. Парсонса, разные индивиды и социальные группы как социальные субъекты, в соответствии с различиями в их социальных ролях, потребностях и интересах, вынуждены взаимодействовать между собой, они должны приспосабливать свои ценности, цели и интересы друг к другу, чтобы организация могла и существовать, и оптимально функционировать [4].

В процессе подобного взаимного приспособления возникают социальные нормы и устойчивые, институциализированные модели взаимодействия субъектов, имеющих разный социальный статус. На идее солидарности основана интеграция ценностей и норм субъектов управления, что является необходимым условием формирования социального капитала организации.

Отметим, что социальный капитал появляется исключительно как результат *непосредственного* взаимодействия работников, а не как следствие установленных прежде контактов. Его формированию и развитию будут способствовать условия для плодотворной интеграции профессионализма, ответственности и доверия работников, а также формирование системы коллективного принятия решений. Указанные условия обеспечат результативное социальное взаимодействие, формирование управленческих команд, включение работников в процессы генерации и трансфера организационных знаний и поддержание доверительных отношений между субъектами управления.

В работе А.В. Бузгалина отмечается, что определение социального капитала как системы «отношений коллективизма, помощи, поддержки и взаимного сотрудничества с целью развития сообщества в целом», по сути, тождественно определению основного производственного отношения коммунизма учебника политэкономии ВПШ при ЦК КПСС [2, с. 149]. Подобное сравнение, возможно, имеет право на существование в рамках предлагаемого им понимания социального капитала как «превратной формы генезиса постбуржуазных отношений и симулякра прогресса капитализма» [Социализация капитализма. Режим доступа: https://www.alternativy.ru/].

Однако в нашем представлении сентенция известного учёного только подчёркивает цикличный характер обращения к ключевым понятиям социальных отношений и определённую устойчивость идей, еще не так давно владевших массами. Более того, странно, по нашему мнению, экономисту упрекать социологов в использовании идеи позитивизма для выделения «преимущественно эмпирически наблюдаемых черт». Достаточно вспомнить, что социология как наука формировалась на основе позитивистского подхода, и, будучи наукой относительно молодой, не до конца избавилась (и не скоро, видимо, совсем избавится) от отдельных его проявлений.

Не согласимся и с утверждением о выделении преимущественно наблюдаемых черт социального капитала, поскольку наши исследования показали, что в социологической науке уже сложились довольно стройные теоретические представления о социальном капитале. В частности, нами предложена его концептуальная модель (на уровне организации), выделены его методологические характеристики, проверенные на основе эмпирических данных [3; 4].

Проведённое нами исследование ставит под сомнение и вывод о выделении, «прежде всего, тех социальных связей и отношений, которые могут обеспечить прирост исходных ресурсов (в большинстве случаев – дополнительный денежный доход)» [1, с. 149], поскольку, как уже отмечалось выше, в структуре социального капитала организации не выявлены

компоненты, направленные непосредственно на «дополнительный денежный доход», но определено, что социальный капитал, рассматриваемый в качестве инновационного ресурса управления, выступает фактором повышения социальной эффективности и результативности организаций. Показатели эффективности и результативности организаций рассматриваются нами в более широкой, нежели «денежный доход», коннотации, поскольку вопрос «отношений по поводу деятельности» (см. выше), в нашем понимании, больше социальный, чем экономический. Кроме того, социальный капитал формируется не только в коммерческих, но и в некоммерческих организациях, в которых денежный доход не является целью деятельности.

Приведённая выше аргументация сущности и роли социального капитала организации основана на положениях разработанного автором статьи социоресурсного подхода, нацеленного на поиск новых и переосмысление традиционных ресурсных возможностей в управлении организациями, обеспечивающих высокую социальную эффективность, устойчивость и инновационный вектор их развития.

Социоресурсный подход предполагает процессный характер обеспечения социального порядка в организациях и его изменения в ходе целенаправленного социального взаимодействия, в процессе которых создаются и воспроизводятся социальные ресурсы, обеспечивающие возможности инновационного развития организации. Основные задачи субъектов социального управления заключаются в актуализации социальных ресурсов и их постоянном воспроизводстве.

Концепция социального капитала логично «встроена» в процессы социального взаимодействия, позволяя методологически корректно интегрировать его функционирование, определяя как направления поиска «социального в экономическом», так и роль «экономического в социальном», избегая методологической абсолютизации указанных, по нашему мнению, равноправных и взаимодействующих сфер функционирования организации. Признание данного факта направлено и на реализацию идеи развития

междисциплинарного сотрудничества социологии и экономики в познании социально обусловленных процессов развития организаций.

Список литературы

1. Бузгалин А.В. Социальный капитал: клей, обеспечивающий устойчивость позднего капитализма, или гексоген в его основании // Общественные науки и современность. – 2011. – № 3. – С. 147-161.
2. Игумнов О.А. Концептуальная модель социального капитала как источника внутренних организационных возможностей // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура: научный и социокультурный журнал // М.: РУТ (МИИТ), 2019. – Вып. № 4(75). – 110 с. – С. 58-66.
3. Игумнов О.А. Развитие организационного социального капитала: теоретические гипотезы // Социология. – 2020. – № 1. – С. 136-148. DOI: https://doi.org/10.24411/1812-9226-2020-00009
4. Парсонс Т. Система координат действия и общая теория систем действия: культура, личность и место социальных систем // Американская социологическая мысль : Тексты : [Перевод] / Сост. Е.И. Кравченко; Под ред. В.И. Добренькова. – М.: Изд-во МГУ, 1996. – 495 с. – С. 462-478.
5. Пригожин А.И. Нематериальные активы: капитализировать! // Общественные науки и современность. – 2015. – № 3. – С. 155-162.
6. Сафонов К.Б. Гуманизация отношений «человек-организация» в условиях общественной трансформации. Автореф. дисс. … докт. социол. наук. – Белгород, 2022. – 40 с.
7. Социология управления: фундаментальное и прикладное знание / Отв. ред. А.В. Тихонов. – М.: «Канон$^{+}$» РОИИ «Реабилитация», 2014. – 560 с.
8. Тихонов А.В. От социологии менеджмента к социологии управления // Социологические исследования. – 2011. – № 2. – С 40-45.

9. Bourdieu P., Wacquant L. An Invitation to Reflexive Sociology. – Chicago, 1992. – 349 p.
10. Boxman E., De Grant F., Flap L. The Impact of Social and Human Capital on the Income Attainment of Dutch Managers // Social Networks. – 1991. – № 13(1). – p. 51-73.
11. Brehm J., Rahn W. Individual-Level Evidence for the Causes and Consequences of Social Capital // American Journal of Political Science. 1997. Vol. 41. – № 3. – p. 999-1023.
12. Portes A. The two meanings of social capital // Sociological Forum. – 2000. – Vol.15. – P.1-12.
13. Portes A., Vickstrom E. Diversity, social capital and cohesion // The Annual Review of Sociology. – 2011. – Vol. 37. – P. 491-479.
14. Putnam R. Bowling Alone: America's Declining Social Capital // Journal of Democracy. – 1995. – № 6. – p. 65-78.
15. Schiff M. Social Capital, Labour Mobility, and Welfare: the Impact of Uniting States // Rationality and Society. – 1992. – № 4. – p. 1-25.
16. Thomas C. Capital Markets, Financial Markets and Social Capital // Social and Economic Studies. – 1996.
17. Социализация капитализма. Режим доступа: https://www.alternativy.ru/