

СОЦИАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И МОНИТОРИНГ

А. Х. Кесаев

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИИ: ПОНЯТИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И АКТОРЫ

Аннотация: В статье рассматривается актуальный для социологии вопрос об интеллектуальном капитале. Автор придерживается широкого понимания интеллектуального капитала, структурируя систему социальных институтов и акторов, задействованных в управлении им. В работе предложен ряд терминологических уточнений.

Ключевые слова: социология, интеллект, капитал, управление, система, институт, актор, общество, структура, терминология.

Капитал как объект социологии подвергается последние годы активному исследованию. При этом в отличие от иных видов капитала (человеческий, социальный, культурный, управленческий), интеллектуальный капитал в российской социологии рассматривается нечасто и понимается как совокупности знаний и навыков отдельных сотрудников организации (например, в работах М.И. Багдасарова¹).

Данная позиция является традиционной и была озвучена еще в 1969 году Дж. Гэлбрейтом в 1969 г. (письмо к М. Калецки), а также описана позже Т. Стюартом, который представил интеллектуальный капитал как сумма всего того, что знают работники компании и что дает конкурентное преимущество компании на рынке: «...патенты, процессы, управленческие навыки, технологии, опыт и информация о потребителях и поставщиках. Объединенные вместе, эти знания составляют интеллектуальный капитал»².

С развитием особенностей постиндустриального общества (превалирование сферы услуг над производством; растущий ресурсный потенциал и капи-

тализация информации, знания, профессионализма; виртуализация социально-экономических сторон общества) актуализируется иная позиция, описанная, например, Й. Руусом, С. Пайком и Л. Фернстемом, которые отождествляют интеллектуальный капитал со всеми неденежными и нематериальными ресурсами, участвующими в создании ценности организации и ею же полностью или частично контролируемые³. Также широко понимают интеллектуальный капитал С. Алберт и К. Бредли, называя его «процессом превращения знаний и неосязаемых активов в полезные ресурсы, которые дают конкурентные преимущества индивидуумам, фирмам и нациям»⁴. По мнению Дж. Даума, интеллектуальный капитал – это основанное на связях структурированное знание и способности, обладающие потенциалом развития и создания стоимости⁵.

В российской науке теория интеллектуального капитала представлена следующими позициями:

¹ Багдасаров М. И. Интеллектуальный капитал в системе корпоративных отношений: Дис.... канд. социол. наук: 22.00.03. – М., 2008.

² Stewart T. Brainpower // Fortune. 1991, June 3. P. 42–60.

³ Руус Й., Пайк С, Фернстем Л. Интеллектуальный капитал: практика управления. – СПб.: Высшая школа менеджмента, СПбГУ, 2007.

⁴ Albert S., Bradley K. The Impact of Intellectual Capital / Open University Business School Working Paper. 1996. №15.

⁵ Daum J.H. Intangible Assets. – Bonn: Galileo Press. 2002. S. 152–154.

1) широкий подход: интеллектуальный капитал - это «коллективный мозг», аккумулирующий научные и обыденные знания работников, интеллектуальную собственность и накопленный опыт, общение и информационную структуру, информационные сети и имидж фирмы (В.Л. Иноземцев)⁶.

2) стоимостный подход: интеллектуальный капитал предприятия – это стоимость совокупности имеющихся у него интеллектуальных активов, включая интеллектуальную собственность, его природные и приобретенные интеллектуальные способности и навыки персонала, а также накопленные базы знаний и полезные отношения с другими субъектами (Б.Б. Леонтьев). Одна из основных этих функций интеллектуального капитала, по мнению Б. Леонтьева, «существенно ускорять прирост массы прибыли за счет формирования и реализации необходимых предприятию систем знаний, вещей и отношений, которые, в свою очередь, обеспечивают его высокоэффективную хозяйственную деятельность»⁷.

3) знаниевый подход: интеллектуальный капитал – это знания, которыми располагает организация, выраженные в ясной, недвусмысленной и легко передаваемой форме (В.С. Ефремов)⁸;

4) узкий подход: под интеллектуальным капиталом понимается форма капитализации накопленного путем сбережения и эффективной организации инновационных преимуществ интеллектуального потенциала компании (О.В. Филиппов)⁹.

Автор статьи полагает необходимым рассматривать интеллектуальный капитал в рамках системного и знаниевого подхода (как часть системы управления знаниями), выделяя в нем макро- и микроуровень. В указанном контексте, *интеллектуального капитала – это новый вид капитала, характерный для постиндустриальной эпохи, где информация и знания приобретают социально-экономическую ценность как на уровне отдельных общностей (малые соци-*

альные группы, организация), так и на макроуровне (население страны).

Система акторов и социальных институтов, действующих в управлении интеллектуальным капиталом, представляет собой иерархию различного рода субъектов.

Автор статьи полагает, что среди социальных институтов управления интеллектуальным капиталом следует выделить:

- наднациональные институты (Всемирная организация интеллектуальной собственности);
- национальные официальные институты: 1) государственные органы власти, устанавливающие нормативные основы формирования интеллектуального капитала (конституционное право на образование) и взаимодействия собственников и рэнтье – трудовое право, право на объекты интеллектуальной собственности и пр.); 2) институты по передаче знания (образовательные, регистрирующие органы,
- национальные неофициальные институты (профессиональные сообщества, общественные организации, движения);
- коммерческие предприятия;
- рынок как система рыночных отношений и сеть коммерческих предприятий.

Акторы системы управления интеллектуальным капиталом представляют различные группы. Это не только упомянутые М.Г. Ивановой изобретатели, авторы, исполнители, патентные поверенные, правообладатели, кадровые специалисты, но и каждый субъект, чей интеллектуальный капитал может представлять ценность.

Как справедливо пишет О.А. Филиппов, социальная составляющая интеллектуального капитала определяется ролью человека в современной компании, которая может быть подразделена на две важные функции: функцию исполнителя и функцию творца-созидателя.

В понимании указанного автора *человек-исполнитель* выполняет работу, которая строго регламентирована и стандартизирована, заранее предписана различными инструкциями. При этом следует подчеркнуть, что функции человека-исполнителя не сводятся к монотонным однообразным действиям, они могут быть многочисленны и требовать высокого профессионализма и квалификации, но тем не менее все они предполагают четкое следование предписанным правилам, выполнение регламенти-

⁶ Иноземцев В.Л. К теории постэкономической общественной формации. – М.: Academia, 1995. С. 340.

⁷ Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе. – М.: Акционер, 2002. С. 102.

⁸ Ефремов В.С. Бизнес-системы постиндустриального общества // Менеджмент в России и за рубежом. 1999. №5.

⁹ Филиппов О.А. Влияние интеллектуального капитала на инновационную деятельность компании. М.: Макс Пресс, 2011.

рованных действий. Результат работы исполнителя также может варьироваться в зависимости от квалификации, опыта, способностей.

Человек как создатель проявляет себя при создании новых благ и изменении уже имеющихся. Функция человека-созидателя реализуется также в процессе обеспечения условий и технологий производства. Можно сказать, что любые действия работника, в которых присутствует элемент творчества, которые требуют отступления от существующих правил, принципов и процедур, выхода из привычных рамок работы есть результат деятельности человека-созидателя. Примерами таких действий могут служить решения, принимаемые по поводу увеличения производства того или иного продукта, связанное с этим изменение технологии, нахождение новых рынков сбыта, создание условий для снижения затрат на производство этого блага и т.п. Деятельность человека-творца направлена на повышение эффективности работы компании. Чаще всего функции человека-созидателя берут на себя руководители, управленцы различного звена.

По мнению О.А. Филиппова, человек-созидатель представляет собой *создателя технологий и управленца* их внедрения. Под технологией, в данном случае, понимается процесс создания товаров или услуг, которые служат удовлетворению потребностей общества. Человек-исполнитель, в свою очередь является лишь частью технологии.

Указанный автор отмечает, что сегодня очень сложно разделить функции работника на функцию исполнителя и творца. Это связано с усложнением всех производственных и технологических процессов, что требует высокого профессионализма и нестандартных решений практически от каждого работника.

Мы полагаем, что вышеизложенное должно быть развито на основе социологической концепции П. Бурдьё о капиталах и социальной игре акторов. Известный исследователь определяет социальный капитал как совокупность актуальных или потенциальных ресурсов, связанных с наличием крепких сетевых связей, более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания¹⁰.

Как следует из определения, социальный капитал — это ресурсы, содержащиеся в социальных сетях. В работе «Формы капитала» Бурдьё выделяет составляющие феномены: сети, социальные нормы и доверие.

Таким образом, объём социального капитала определяется автором как функция размера социальной сети актора и объём капитала (экономического, культурного и символического), находящегося в собственности членов личной сети этого актора.

Вышеизложенное позволяет предположить, что в отношении интеллектуального капитала будет справедливо признать существование интеллектуальной социальной сети и различного типа собственников на интеллектуальный капитал. Причем второе затруднено без первого. Как писал еще Портес, способность к накоплению социального капитала — это не индивидуальная характеристика личности, а особенность сети отношений, которую выстраивает индивид. То есть социальный капитал является продуктом укоренённости индивида в социальной структуре¹¹. Аналогично мы рассматриваем и интеллектуальный капитал: его ценность высока настолько, насколько он востребован в социальной сети.

Положения, разработанные классиками, позволяют нам представить *пространство существования социальных институтов и акторов интеллектуального капитала в форме многомерной структуры, построенной по принципам дифференциации и распределения, сформированной совокупностью действующих свойств в рассматриваемом социальном универсуме*. Так, П. Бурдьё пишет: «реализованное физически, социальное пространство представляет собой распределение в физическом пространстве различных видов благ и услуг, а так же индивидуальных агентов и групп, локализованных физически (как тела, привязанные к постоянному месту: закреплённое место жительства или главное место обитания) и обладающих возможностями присвоения более или менее значительных благ и услуг...».

Таким образом, можно сказать, что *социальное пространство интеллектуального капитала — это не только люди, но и отношения и связи между ними, созданное ими сообщество*.

¹⁰ Бурдьё П. Формы капитала // Экономическая социология. — www.ecsoc.mssec.ru. — 2002. — Т. 3. — №5 (ноябрь). — С. 60–75. — р. 66.

¹¹ Portes A. Social Capital: Its Origins and Application in Modern Sociology // Annual Review of Sociology. — 1998. — Vol. 24. — P. 1–24.

С этой точки зрения, на первый взгляд социальное пространство организации представляется как случайный набор отдельных социальных полей индивидуумов, которые по своим качественным параметрам находятся на самых разных полюсах. Поля эти взаимосвязаны отношениями между агентами, формируемыми в коммуникационные и символические системы, обеспечивающие обмен социальной информацией. Структурным фактором полей являются социальные нормы, определяющие отношения, которые представляют собой нередко полярные ориентиры.

Итак, *среди акторов управления интеллектуальным капиталом следует выделить не только его собственников, но и потребителей.*

При этом система социальных ориентиров, служащая основой социального развития в данном пространстве, на наш взгляд, существует как некое поле социальной игры. Возможно экстраполировать теорию П. Бурдьё, который утверждает, что экономика (на наш взгляд, и социальное пространство) – это часть процесса *illusio*¹². Как последователь в этом подходе Э. Дюркгейма и М. Вебера, П. Бурдьё систематизирует идею о том, что любой экономический (читай – социальный) феномен содержит символический момент¹³. При этом нет существенного различия между символическим и реальным пространством, между воображаемой и материальной структурами. В этой связи «тотальный социальный факт», предложенный Марселем Моссом, относится к любому типу действия, даже тому, что кажется очевидно и строго «экономическим»¹⁴.

Таким образом, существование социально-экономического поля есть результат процесса автономизации некоего порядка социально-экономической реальности, выделив определенный *illusio* (термин Бурдьё в отношении экономических отношений), веру в ценность игры, некую форму *libido* — особой энергии, которая заставляет социально-экономичес-

ких акторов, кем бы они не были, максимизировать свой выигрыш (представляемый обычно как индивидуальный «выигрыш» в форме занимаемой экономической выгоды, либо социального статуса)¹⁵. Распространение этого *illusio* – это итог неоднозначного процесса, в котором государство обеспечило стабильное пространство, где социально-экономическая игра, её формы и методы не теряли своей актуальности.

Но более глубокое единство социально-экономического поля группы связано с тем фактом, что агенты участвуют в игре, признавая её правила, подменяя её условность реальностью переживаемых ощущений от выигрыша/проигрыша.

Итак, развитие интеллектуального капитала определяется не столько потребностями, сколько их удовлетворением, формирующим у актора определённые способности – способности к удовлетворению потребностей, или «потребительные способности», которые целесообразно рассматривать как часть (компоненту) интеллектуального капитала. Момент формирования потребительной способности можно понимать как совокупность определенных знаний, умений, навыков, а также компетенций, интересов и мотиваций актора в сфере потребления интеллектуального капитала.

Причем *актор одновременно может выступать как производителем, так и потребителем интеллектуального капитала, что позволяет говорить о деятельностных аспектах вопроса.* Иными словами, развитие интеллектуального капитала есть процесс всестороннего движения человеческих способностей как концентрированного выражения знаний, умений, навыков человека, а также его компетенций и уровня мотивации. Это движение основано на расширенном воспроизводстве способностей в рамках того или иного вида деятельности, приводящем к совершенствованию человека как субъекта данного вида деятельности): фундаментально значимыми выступают производительная и потребительная деятельность, а творческая и «социальная» деятельность индивида скорее как их важнейшие характеристики.

Причем такая особенность постиндустриального общества, как виртуализация социально-эконо-

¹² Бурдьё П. Социология социального пространства / Пер. с фр.; общ. ред. и послесл. Н.А. Шматко. В 2-х тт. / П. Бурдьё. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005.

¹³ Бурдьё П. Структура, габитус, практика / П. Бурдьё // Журнал социологии и социальной антропологии. Том I. – 1998. — №2.

¹⁴ Мосс М. Общества, обмен, личность / М. Мосс. — М.: Наука; Главная редакция восточной литературы, 1996.

¹⁵ Лебарон Ф. Социология Пьера Бурдьё и экономические науки / Ф. Лебарон // Альманах «Восток». – №11 (23). – ноябрь 2004.

мических процессов, делает процесс производства и потребления интеллектуального капитала виртуальным, не зависящим от материальных аспектов.

В этой связи актор-производитель интеллектуального капитала не может не учитывать технологический фактор постиндустриального общества, который ввел в повседневную жизнь такое привычное и такое влиятельное изобретение как компьютер, что колоссально расширило степень человеческих возможностей, позволив не только синтезировать информацию, но и проводить ее всесторонний анализ, находить новые нестандартные решения имеющихся проблем, расширять границы социальной памяти. Компьютер открыл потребителям новые рынки, а также сумел разрушить консервативное понятие национальных границ, переселив потребителей в виртуальное пространство, что позволило значительно увеличить скорость взаимодействия между контрагентами¹⁶. Кроме того, технологии и компьютер, в частности, стали важнейшими проводниками информации и причиной информационного бума.

Информационная революция, возможная благодаря возникновению и внедрению новых технологий, изменила мир до неузнаваемости, наполнив

инфосферу индивида беспрецедентным количеством образов и символов, и заставив индивида существовать в ином, более динамичном пространстве.

Постиндустриальная инфосфера сформировала нового – знающего, но вместе с тем более капризного и избирательного, актора-потребителя. Технологии также стали причиной возникновения новой – постиндустриальной культуры – с новыми духовными течениями, научными теориями, новым пониманием природы человека, с новыми видами искусства.

Указанные обстоятельства изменили и статусные признаки социальных акторов. Сегодня *интеллектуальная элита – это та группа акторов, которая не просто обладает интеллектуальным капиталом, но способна его эффективно реализовать на рынке, в том числе с использованием возможностей виртуального пространства, передавая полные или частичные права на интеллектуальную собственность и иные формы интеллектуального капитала (опыт, профессиональный уровень).*

Таким образом, налицо тесная взаимосвязь изменений, происходящих в развитии интеллектуального капитала, с особенностями постиндустриального общества, где капитализация и виртуализация знания выступают существенными характеристиками.

Библиография:

1. Багдасаров М. И. Интеллектуальный капитал в системе корпоративных отношений: Дис.... канд. социол. наук: 22.00.03. – М., 2008.
2. Stewart T. Brainpower // Fortune. 1991, June 3. P. 42–60.
3. Руус Й., Пайк С, Фернстем Л. Интеллектуальный капитал: практика управления. – СПб.: Высшая школа менеджмента, СПбГУ, 2007.
4. Albert S., Bradley K. The Impact of Intellectual Capital / Open University Business School Working Paper. 1996. №15.
5. Daum J.H. Intangible Assets. – Bonn: Galileo Press. 2002. S. 152–154.
6. Иноземцев В.Л. К теории постэкономической общественной формации. – М.: Academia, 1995. С. 340.
7. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе. – М.: Акционер, 2002. С. 102.
8. Ефремов В.С. Бизнес-системы постиндустриального общества // Менеджмент в России и за рубежом. 1999. №5.

¹⁶ Володина Д.Д. Модель потребителя будущего в теориях постиндустриального общества // Общество и экономика. 2010. №9. с. 120-131.

9. Филиппов О.А. Влияние интеллектуального капитала на инновационную деятельность компании. М.: Макс Пресс, 2011.
10. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. — www.ecsoc.mssec.ru. — 2002. — Т. 3. — №5 (ноябрь). — С. 60–75. — р. 66.
11. Portes A. Social Capital: Its Origins and Application in Modern Sociology // Annual Review of Sociology. — 1998. — Vol. 24. — Р. 1–24.
12. Бурдые П. Социология социального пространства / Пер. с фр.; общ. ред. и послесл. Н.А. Шматко. В 2-х тт. / П. Бурдые. — М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005.
13. Бурдые П. Структура, габитус, практика / П. Бурдые // Журнал социологии и социальной антропологии. Том I. — 1998. — №2.
14. Мосс М. Общества, обмен, личность / М. Мосс. — М.: Наука; Главная редакция восточной литературы, 1996.
15. Лебарон Ф. Социология Пьера Бурдые и экономические науки / Ф. Лебарон // Альманах «Восток». — №11 (23). — ноябрь 2004.
16. Володина Д.Д. Модель потребителя будущего в теориях постиндустриального общества // Общество и экономика. 2010. №9. с. 120-131.

References (transliteration):

1. Bagdasarov M. I. Intellektual'nyj kapital v sisteme korporativnyh otnoshenij: Dis.... kand. sociol. nauk: 22.00.03. — М., 2008.
2. Stewart T. Brainpower // Fortune. 1991, June 3. P. 42–60.
3. Ruus J., Pajk S, Fernstem L. Intellektual'nyj kapital: praktika upravlenija. — SPb.: Vysshaja shkola menedzhmenta, SPbGU, 2007.
4. Albert S., Bradley K. The Impact of Intellectual Capital / Open University Business School Working Paper. 1996. №15.
5. Daum J.H. Intangible Assets. — Bonn: Galileo Press. 2002. S. 152–154.
6. Inozemcev V.L. K teorii postjekonomicheskoj obwestvennoj formacii. — М.: Academia, 1995. S. 340.
7. Leont'ev B.B. Cena intellekta. Intellektual'nyj kapital v rossijskom biznese. — М.: Akcioner, 2002. S. 102.
8. Efremov B.C. Biznes-sistemy postindustrial'nogo obwestva // Menedzhment v Rossii i za rubezhom. 1999. №5.
9. Filippov O.A. Vlijanie intellektual'nogo kapitala na innovacionnuju dejatel'nost' kompanii. М.: Maks Press, 2011.
10. Burd'e P. Formy kapitala // Jekonomicheskaja sociologija. — www.ecsoc.mssec.ru. — 2002. — Т. 3. — №5 (nojabr'). — S. 60–75. — р. 66.
11. Portes A. Social Capital: Its Origins and Application in Modern Sociology // Annual Review of Sociology. — 1998. — Vol. 24. — R. 1–24.
12. Burd'e P. Sociologija social'nogo prostranstva / Per. s fr.; obw. red. i poslesl. N.A. Shmatko. V 2-h tt. / P. Burd'e. — М.: Institut jeksperimental'noj sociologii; SPb.: Aletejja, 2005.
13. Burd'e P. Struktura, gabitus, praktika / P. Burd'e // Zhurnal sociologii i social'noj antropologii. Tom I. — 1998. — №2.
14. Moss M. Obwestva, obmen, lichnost' / M. Moss. — М.: Nauka; Glavnaja redakcija vostochnoj literatury, 1996.
15. Lebaron F. Sociologija P'era Burd'e i jekonomicheskie nauki / F. Lebaron // Al'manah «Vostok». — №11 (23). — nojabr' 2004.
16. Volodina D.D. Model' potrebitelja buduwego v teorijah postindustrial'nogo obwestva // Obwestvo i jekonomika. 2010. №9. s. 120-131.