

УДК 316.013

*Թ. Ա. Խաչատրյան*

**ԿՈՐՊՈՐԱՏԻՎ ՀԵՂԻՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ  
ԵՎ ՍԻՄՎՈԼԻԿ ԿԱՊԻՏԱԼՆԵՐԻ ՎԵՐԱԲԵՐՅԱԼ  
ՍՈՑԻՈԼՈԳԻԱԿԱՆ ՄՈՏԵՑՈՒՄՆԵՐԻ ՀԱՄԱՏԵՔՍՏՈՒՄ**

**Բանալի բառեր՝** կորպորատիվ հեղինակություն, կապիտալ, սիմվոլիկ կապիտալ, սոցիալական կապիտալ, վստահություն:

**Ключевые слова:** корпоративная репутация, капитал, символический капитал, социальный капитал, доверие.

**Keywords:** corporate reputation, capital, symbolic capital, social capital, trust.

Սոցիոլոգիայում դեռևս ոչ բավարար ուշադրություն է հատկացվել կազմակերպությունների սոցիալական և սիմվոլիկ կապիտալների հետազոտմանը: Հոդվածում խոսվում է երկու կապիտալների բովանդակության, նրանց փոխադարձ ազդեցության և ընդհանուր կապող օղակի՝ վստահության մասին: Համապատասխանաբար, կորպորատիվ հեղինակության՝ որպես սիմվոլիկ կապիտալի բարձրացումը ենթադրում է կազմակերպության սոցիալական կապիտալի կառավարում:

Վերջին մի քանի տարիներին սոցիոլոգիայում «կապիտալ» կատեգորիան ձեռք է բերել լայն կիրառում, և հաճախ է խոսվում հեղինակության, վստահության, իրավաբանական և այլ կապիտալների մասին:

Կապիտալի հիմնական հատկությունները հիմնավորվել են դեռևս գերմանացի մտածող Կարլ Մարքսի կողմից[2], սակայն ժամանակակից սոցիոլոգիայում վերջինիս իմաստն ընդլայնվել է: Մեր օրերի ռուս սոցիոլոգ Վ. Վ. Ռադանը, հենվելով կապիտալի քաղաքական-տնտեսական մեկնաբանման վրա, ընդգծում է նրա սոցիալական էությունը: Ըստ նրա՝ այն «կարող է ընդունել ոչ միայն առարկայացված, այլև ինկորպորացված ձևեր, այսինքն՝ նրանք մարմնավորվում են առանձին մարդկանց ու մարդկանց միջև հարաբերություններում», և կապիտալի էության սոցիոլոգիական ըմբռնումն էապես թույլ է տալիս ընդլայնել վերլուծվող ձևերի շրջանակը[6, էջ 22]: Նկատենք, որ ռուս սոցիոլոգի մոտեցումը հիմնված է ինչպես Պ. Բուրդիեի, այնպես էլ Ջ. Քուլմանի հայացքների վրա: Մեր ուշադրության կիզակետում կորպորատիվ հեղինակությունն է

սիմվոլիկ ու սոցիալական կապիտալների բովանդակությունների համատեքստում: Համապատասխանաբար, տրամաբանական է նախ հակիրճ ներկայացնել այդ ձևերը:

Փաստացիորեն սոցիոլոգիայում դեռևս ոչ բավարար ուշադրություն է հատկացվել մեզո-մակարդակի սոցիալական ու սիմվոլիկ կապիտալների՝ առանձին ձեռնարկությունների, ֆիրմաների, ընկերությունների և կորպորացիաների հետազոտմանը:

Առաջին անգամ «սոցիալական կապիտալ» եզրույթը կիրառել է ամերիկացի սոցիոլոգ Գլեն Լոուրին[11]: Սակայն սոցիալական կապիտալի հանրահայտ ըմբռնումներից մեկը պատկանում է Ջեյմս Քուլմանին, որի համաձայն՝ սոցիալական կապիտալը փոխադարձ վստահության և փոխօգնության ներուժ է նպատակառացիորեն կերպով ձևավորվող միջանձնային հարաբերություններում. պարտավորությունները և սպասումները, տեղեկատվական աղբյուրները և սոցիալական նորմերը [7,9]: Ըստ Քուլմանի՝ սոցիալական կապիտալը հարաբերությունների ամբողջություն է՝ գործողություններ ծնող, ընդ որում, այդ հարաբերությունները կապված են այն սպասման հետ, որ գործակալները առանց սանկցիաների կիրառման կիրականացնեն իրենց պարտավորությունները[8], իսկ սպասումների և պարտավորությունների միաժամանակ համակենտրոնացումը դրսևորվում է ընդհանրացված «վստահություն» հասկացությամբ: Մտացվում է, որ որքան ավելի շատ պարտավորություններ են կուտակված տվյալ հանրություն, այնքան ավելի վառ է արտահայտված երկուստեք կամ փոխադարձ դրսևորվող «հավատքը», հետևաբար, բարձր է սոցիալական կապիտալի մակարդակը [12, էջ 66]: Այս դեպքում սոցիալական կապիտալը դիտված է միկրոմակարդակում, մասնավորապես մարդկանց փոխադարձ վստահության և նպատակառացիորեն գործողությունների համատեքստում: Սակայն կարելի է առաջարկել նաև սոցիալական կապիտալի առավել լայն սահմանում, որում սոցիալական դերակատարի դերում միայն անձը չէ: Առավել ընդունելի է ռուսական հանրահայտ սոցիոլոգիական ամսագրերից մեկում առաջարկված սահմանումը. «Սոցիալական կապիտալը անհատի, կազմակերպության, սոցիալական խմբի կամ ողջ հասարակության կողմից սոցիալական ցանցերի գիտակցված կիրառումն է, որ, շնորհիվ վստահության, ընդհանուր նորմերի ու կանոնների, դառնում է նպատակի նվաճման միջոցներ»[3, էջ 33]: Նման սահմանման մեջ դիտարժան են սոցիալական ցանցերը, որոնք սոցիալական կապիտալի ելակետային բաղկացուցիչներից են: Ըստ ավստրալացի սոցիոլոգ Ջ. Ա. Բարնեսի՝ սոցիալական ցանցը կետերի համակարգ է, որի մի մասը միացված է մյուսին: Այդ համակարգի կետեր են մարդիկ, և այդ կետերի միացման գծերը մատնանշում են, թե կոնկրետ որ մարդիկ են փոխազդում միմյանց վրա» [1, էջ 53-54]: Կարևորելով Ջ. Ա. Բարնեսի մոտեցումը՝ որպես կետեր կոդիվեն ոչ միայն մարդիկ, այլև սոցիալական խմբերը, կազմակերպությունները: Ըստ այդմ՝ սոցիալական ցանցը առանձին մարդկանց, սոցիալական խմբերի

և կազմակերպությունների միջև առկա սոցիալական կապերի ամբողջությունն է: Սոցիալական ցանցերի կարևորումը պատահական չէ, քանզի դրանք սերտորեն կապված են կազմակերպության հեղինակության հետ: Հիշարժան է ավստրալացի գիտնական Ռոզա դե Կարվալոյի գիտական աշխատանքներից մեկը՝ նվիրված կազմակերպության կորպորատիվ հեղինակության կառավարմանը: Աշխատանքի յուրահասկությունը երևում է «Reputation management as a relationship management» («Հեղինակության կառավարումը որպես կապերի կառավարում») վերնագրում[13]: Անվանումից իսկ պարզ երևում է, որ սոցիալական փոխազդեցությունների, հարաբերությունների կառավարումը կազմակերպության հեղինակության կառավարման համար որոշիչ է: Բայց հարաբերությունների կառավարումն անհնար է իրականացնել առանց սոցիալական կապիտալի այլ բաղկացուցիչների կարևորման: Սոցիալական կապիտալի հիմնական կառուցվածքային բաղկացուցիչներից է նաև վստահությունը, որի ազդեցության գնահատումը սոցիալական կապիտալի վրա միանշանակ չէ: Ճապոնական արմատներով ամերիկացի տնտեսագետ, փիլիսոփա, քաղաքագետ Ֆ. Ֆուկույաման[9] շեշտադրել է վստահության՝ որպես սոցիալական կապիտալի բաղկացուցիչ նշանակությունը, որը խթանում է կազմակերպության աշխատողների շրջանում փոխազդեցությունը՝ նրա առավել բարեհաջող աշխատանքին ու գործունեության արդյունքների բարձրացմանը հանգեցնող: Հարվարդի համալսարանի պրոֆեսոր Ռ.Դ. Պատնենը[12] գնահատում է այն որպես սոցիալական կապիտալի տարր: Պատնենը կարծում է, թե որքան ավելի ամուր են վստահության ու համերաշխության հարաբերությունները, այնքան անհատներն ու խմբերը դիմում են համագործակցության ու փոխօգնության, այնքան ավելի շատ է կուտակվում սոցիալական կապիտալը[5, էջ 210-211]: Է. Լ. Լեսսերի[10] պնդմամբ «վստահությունը» առանձին հասկացություն է և կարող է լինել ինչպես սոցիալական կապիտալի աղբյուր, այնպես էլ նրա արդյունք: Պարզ է, որ սոցիալական կապիտալի և վստահության կապերը բավական բարդ են, ինչ-որ չափով խճճված:

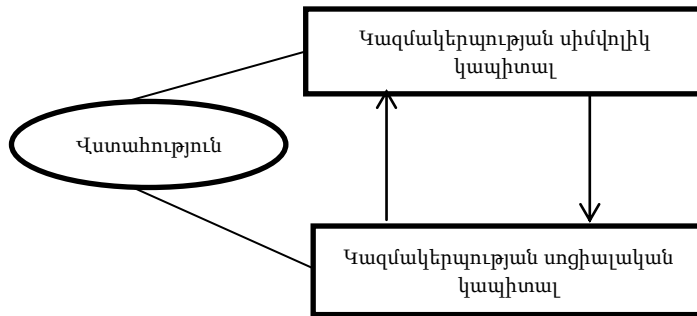
Սոցիալական կապիտալի և վերջինիս ելակետային բաղկացուցիչների դիտարկումից հետո անցնենք ոչ պակաս արժեքավոր կապիտալի ձևին, որն է՝ սիմվոլիկը:

Պ.Բուրդիեի՝ սիմվոլիկ կապիտալի վերաբերյալ առաջարկած ըմբռնումները հաճախ բավական ընդգրկուն են: Օրինակ՝ մեկնաբանություններից մեկն այսպիսին է. «Սիմվոլիկ կապիտալը... սոցիալական գործակալների կողմից ընկալվող ցանկացած սեփականությունն է, կապիտալի ցանկացած տարատեսակը և որոնց ընկալման կատեգորիաներն այնպիսին են, որ թույլ են տալիս տեղեկանալ նրա մասին, նկատել այն, տալ նրան արժեք» [14, էջ 116]: Այս սոցիոլոգիական-տնտեսագիտական սահմանման հիմնական պահը տարբեր շահագրգիռ կողմերի՝ այս կամ այն օբյեկտի ճանաչման, գնահատման մեջ է, որը բովանդակային առումով նույնական է «կորպորատիվ հեղինակություն»

ըմբռնմանը: Նմանատիպ հասկացման կարելի է հանդիպել ռուս սոցիոլոգ Ա. Ա. Մեստնիկովի հայեցակարգում, ով «սիմվոլիկ կապիտալը» համարում է շուկայի մասնակիցների հատկություն՝ ազդեցության, հեղինակության կամ ճանաչելիության մեջ դրսևորվող. «...Վենչուրային ներդրումների շուկայի կարևոր գործոն է սիմվոլիկ կապիտալի ներդրումը՝ որպես շուկայի մասնակցի այնպիսի հատկություն (վենչուրային ֆոնդի, կառավարող ընկերության), երբ այն ընկալվում է այլ գործակալների կողմից, ովքեր, ելնելով իրենց փորձից, ընդունակ են այդ հատկությանը հաղորդելու արժեք և որոշելու իրենց դիրքը՝ կապված շուկայի այդ մասնակցի հետ: ...Սիմվոլիկ կապիտալի աղբյուր է պետությունը»[4, էջ 113]:

Պետք է նշել, որ կոնկրետ Պ. Բուրդիեի հայեցակարգում հեղինակությունը վստահության, պատվի և վարկանիշի հետ մեկտեղ սիմվոլիկ կապիտալի դրսևորման ձևերից է: Կազմակերպության կորպորատիվ հեղինակությունը սիմվոլիկ կապիտալի ձև է, սակայն այն նաև սերտորեն միահյուսված է կազմակերպության սոցիալական կապիտալին և հիմնվում է նրա վրա:

Վստահությունը, սիմվոլիկ կապիտալի դրսևորման ձև է և միաժամանակ կազմում է սոցիալական կապիտալի բաղկացուցիչ մաս: Ըստ այդմ՝ կարելի է վստահությունը դիտել որպես միջանցիկ, կապող օղակ երկու կապիտալի ձևերի միջև (տե՛ս գծագիր 1):



**Գծագիր 1.** Կազմակերպության սոցիալական ու սիմվոլիկ կապիտալները և դրանք կապող օղակ-վստահությունը:

Այսպիսով՝ յուրաքանչյուր կազմակերպության ձևավորման սկզբնական փուլում պետք է նախ մտածել դրական սոցիալական ցանցի, նորմերի ու կանոնների ձևավորման մասին, որը թույլ կտա ժամանակի ընթացքում նվաճել ելակետային շահագրգիռ կողմերի վստահությունը: Իր հերթին, արդյունավետորեն կառավարվող սոցիալական կապիտալը հիմք կծառայի սիմվոլիկ կապիտալի ձեռքբերման ու կուտակման համար: Անկասկած, կուտակվող սիմվոլիկ կապիտալն էլ իր հերթին դրական ազդեցություն կգործի կազմակերպության սոցիալական կապիտալի վրա: Ըստ այդմ, ցանկացած կազմակերպության դրական հեղինակության ապահովումը խարսխվում է ինչպես կազմակեր-

սյուրթյան սիմվոլիկ, այնպէս էլ սոցիալական կապիտալների վրա, քանզի մեկն աջակցում է մյուսին:

*Т. А. Хачатрян*

*Корпоративная репутация в контексте социологических подходов  
о социальном и символическом капитале*

В социологии еще недостаточное внимание было уделено социальным и символическим капиталам организаций. В статье рассмотрены содержания двух капиталов, их взаимные влияния и общее связующее звено, каким является доверие. Соответственно, повышение корпоративной репутации как вида символического капитала, подразумевает управление социальным капиталом организации.

*T. A. Khachatryan*

*Corporate Reputation in the Context of Sociological Approaches on  
Social and Symbolic Capital*

Sociology has not yet paid sufficient attention to the research of the organizations' symbolic and social capitals. The content of capitals, their mutual influence and a common connection like trust have been mentioned in the article. Accordingly, the growth of corporate reputation as a symbolic capital, assumes management of the organization's social capital.

**Չ ր ա կ ա ն լ թ յ ն ի ն**

1. Епачинцев А. О. Социальный капитал в западных и российских социокультурных системах: Дис. кандидата социологических наук. М., -2005.- 130 с.
2. Маркс К. Капитал (I том) // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-ое изд. Т. 23. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. – 907 с.
3. Мачеринскене И., Минкуте-Генриксон Р., Симанавичене Ж. Социальный капитал организации: методология исследования.// Социологические исследования. 2006, № 3.- С. 29-39.
4. Местников А. А. Развитие рынка венчурных инвестиций: социологический подход. Дис. ... к. соц. н. М., 2011. 130 с.
5. Патнэм Р. Чтобы демократия сработала: Гражданские традиции в современной Италии. -М.: Ad Marginem, 1996. – 258 с.
6. Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация. // Экономическая социология. Том 3, № 4, сентябрь 2002. – С. 20-32.

7. Швери, Р. Теоретическая социология Джеймса Коулмена: аналитический обзор // Социологический журнал, 1996, №1/2. С.62-81.; Левин, И.Б. Гражданское общество на Западе и в России // Полис, 1996, № 5. С.104-112.
8. Coleman, J. S. Social capital in the creation of human capital // American Journal of Sociology, 1988, n. 94, pp. 95-120.
9. Fukuyama F. The Great Disruption. Human nature and the reconstitution of social order. London:Profile Books, 1999— P.354.
- 10.Lesser E.L., Prusak L. Communities of practice, social capital and organizational knowledge // Knowledge and communities / Ed. by Lesser E.L., Fontane M.A., Slusher J.A. Boston: Butterworth Heinemann, 2000. P. 123-131.
- 11.Loury, G. Dynamic Theory of Racial Income Differences // Women, Minorities and Employment Discrimination. Lexington, 1976, pp. 153-186.
- 12.Putnam, R. (1996) ‘Who Killed Civic America’, Prospect, 7, 24, pp. 66-72.
- 13.Rosa de Carvalho reputation management as relationship management <http://195.130.87.21:8080/dspace/bitstream/123456789/163/1/Carvalho-reputation%20management%20as%20relationship%20management.pdf>
- 14.Bourdieu, P. (1994). *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*. Paris : Seuil, 1994— P. 242.

**Տեղեկություններ հեղինակի մասին**

*Խաչատրյան Թերեզա Արթուրի – ԵՊՀ սոցիոլոգիայի ֆակուլտետի կիրառական սոցիոլոգիայի ամբիոնի հայցորդ, Գյումրու Մ. Նալբանդյանի անվան պետական մանկավարժական ինստիտուտ, սնտեսագիտության ամբիոնի դասախոս, E-mail: [tereza-wau@yahoo.com](mailto:tereza-wau@yahoo.com).*

Տրվել է խմբագրություն 29. 05. 2013.