

ГОСУДАРСТВО И КОРПОРАЦИЯ В СОЗДАНИИ И НАКОПЛЕНИИ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

П.А. Демидов

Традиционно конкуренция государства и корпорации происходила в экономической и политической сферах. Корпорации использовали свое экономическое влияние для того, чтобы наращивать свой политический капитал, но государство, обладающее монополией на насилие и суверенными правами, в целом успешно противостояло этим попыткам.

Однако с вовлечением в общественно-политические процессы большего количества людей ситуация изменилась: государство и корпорация стали конкурировать в сфере создания и накопления социального капитала.

Термин «социальный капитал» появился в научной литературе, посвященной вопросам политической экономии, еще в XIX в. Принято считать, что в современном значении он впервые был использован в работе Лайды Джадсона Ханнифана в 1916 г., которая была посвящена анализу сельских сообществ¹. Впрочем, исследователь Фарр утверждает, что Ханнифан мог заимствовать термин у Джона Дьюи, который также использовал этот концепт при анализе проблем образования². Так или иначе, но термин в то время не прижился в научном дискурсе вплоть до последней четверти XX в., когда к нему обратились (в значительной степени независимо друг от друга) трое исследователей, благодаря которым он прочно вошел в научный обиход, — Пьер Бурдьё, Джеймс Коулман и Роберт Патнэм.

Общепризнанного определения социального капитала не существует. Обычно выделяется несколько компонентов социального капитала, главными из которых являются социальные сети, общие, разделяемые членами общества нормы, а также доверие. Доверие — это особая характеристика отношений между индивидами/группами, при котором контрагенты на основе имеющейся информации (рационально) или собственных предпочтений, ценностей и жизненных установок (как рационально, так и нерационально) оказывают предпочтения другим контрагентам при проведении любых трансакций, оказывают услуги, рассчитывая на подобное же, *взаимное* отношение в будущем. По аналогии с рыночной экономикой и экономическим капиталом, воплощением которого являются деньги, можно говорить о существовании «рынка общественно-го взаимодействия», где воплощением социального капитала является коммуникация. Социальный капитал в рамках данной работы рассматривается как капитализация социальных связей доверия, как ресурс общества или политического актора, которым он обладает в силу своего участия в социальных сетях и атмосферы доверия, которую он способен создать.

Пьер Бурдьё, исследуя социальную структуру французского общества, ввел понятие социального капитала, чтобы указать на то, что социальное неравенство возникает не только вследствие неравномерного распределения денег (т.е. финансового капитала), но и в силу недостатка образования и культуры

¹ Putnam R. Bowling Alone: Collapse and Revival of American Community. NY, 2000. P. 19

² Farr J. Social Capital: a Conceptual History // Political Theory, 32, 1, 2004. P. 19.

(т.е. культурного капитала) и необходимых социальных связей (т.е. социального капитала). Для того чтобы сделать успешную карьеру в обществе, связи просто необходимы, вне зависимости от состояния банковского счета. Бурдьё дает следующее определение социального капитала: «Социальный капитал является суммой реальных или виртуальных ресурсов, которые получает индивид или социальная группа вследствие участия в прочной сети в той или иной степени институционализированных отношений взаимного знакомства и признания»³, и рассматривает социальный капитал как важнейший ресурс политика. Степень «социального богатства», т.е. уровень накопленного социального капитала, можно определить по плотности имеющихся у индивида связей и количеству ресурсов, которыми располагают те, с кем индивид поддерживает эти социальные связи. Таким образом, для достижения желаемого результата при накоплении социального капитала необходимо придерживаться особой «стратегии инвестирования» в социальный капитал, которая должна учитывать нужность или ненужность тех или иных связей.

Подход Коулмэна и Патнэма к рассмотрению социального капитала несколько отличается от подхода Бурдьё. Коулмэн и Патнэм считают социальный капитал не ресурсом элиты, а общественным благом, потенциальным лекарством от многих болезней современности (от решения проблем в сфере образования до совершенствования государственного управления). Социальный капитал, накапливаемый индивидами, служит всему обществу, поскольку благодаря ему в обществе устанавливаются более доверительные и взаимовыгодные отношения: «...Социальный капитал, так же как и физический или человеческий капитал, способен повысить эффективность ин-

дивида, группы или общества в целом»⁴. Если для Бурдьё образцом социального инвестирования является заведение нужных знакомств на светском рауте, то для Патнэма и Коулмэна — это соседская взаимопомощь, когда один фермер одалживает другому свою сельскохозяйственную технику в расчете на то, что в сходной ситуации безвозмездная помощь будет оказана и ему.

Коулмэн и Патнэм указывают, что социальный капитал в условиях современной демократии и государства всеобщего благосостояния является общим достоянием, а не только ресурсом господствующего класса. Однако это также значит, что в демократическом государстве с существующими системами представительства интересов (как формальными, так и неформальными) общество становится таким же объектом «стратегии инвестирования» в социальный капитал, как и элита, поскольку продвигаться вверх и построить политическую карьеру невозможно без получения поддержки со стороны простых граждан, не входящих в политическую элиту.

В современном обществе государство (государственная власть) не является монополистом в сфере создания и использования социального капитала. По мнению исследователей, например Ф. Фукуямы, социальный капитал может создаваться негосударственными и необщественными акторами, потому что «его производство находится в долгосрочных экономических интересах индивидов»⁵. Так, например, крупные компании могут вести активную социальную деятельность, заниматься благотворительностью, осуществлять образовательные проекты и, таким образом, создавать социальный капитал для понижения уровня транзакционных издержек как во внутренней деятельности (создание корпоративной культуры), так и при

³ Bourdieu P. An Invitation to Reflexive Sociology / P. Bourdieu, L. Wacquant. Chicago : University of Chicago Press, 1992. P. 119.

⁴ Putnam R. Op. cit. P. 19.

⁵ Фукуяма Ф. Великий разрыв. М. : ООО «Издательство АСТ», 2003. С. 348.

заключении внешних сделок (повышение уровня финансовой прозрачности). Хотя это может делаться с определенными личными целями — ведь кто создает капитал, тот его и использует, — подобные действия оказывают пользу всему обществу. Впрочем, подобные действия компании по созданию более благоприятной среды для себя и для бизнеса могут перейти в сферу политического и в этом случае могут быть восприняты государством как угроза. Примером такой ситуации является ситуация, в которую попала в 2003 г. нефтяная компания ЮКОС.

Корпорация ЮКОС стала влиятельным общественно-политическим актором не только из-за высоких прибылей и эффективного развития, но и благодаря многочисленным благотворительным и общественным программам. ЮКОС не только компьютеризировал школы в регионах, стимулировал профессиональный рост нестоличных журналистов, вел различные другие программы, но даже организовал «Школу молодого политика» и поддерживал различные политические силы начиная от «Яблока» и заканчивая КПРФ. Фонд «Открытая Россия», существовавший на деньги ЮКОСа и его владельцев, развивал программы сотрудничества, многочисленные образовательные и благотворительные программы, организовывал молодежные форумы и семинары⁶.

В интервью, данном газете «Коммерсантъ» в июне 2002 г., но опубликованном только три года спустя, Михаил Ходорковский открыто говорил, что «борьба ЮКОСа за этику в бизнесе носит корыстный характер»⁷, но «всему обществу в целом наша позиция на сегодняшний день выгодна». По словам Ходорковского, надо было только «воспринять эти нормы (демократия, прозрачность, социальная ответственность бизнеса, кор-

поративное гражданство) и сблизиться с этой позитивной внешностью». «Поэтому мы и занялись проблемами образования, — заявлял Ходорковский, — позитивная среда лучше всего ложится на молодежь». Другими словами, ЮКОС и его руководство были готовы осуществлять деятельность по удовлетворению спроса на социальный капитал в российском обществе, созданию социального капитала и использованию его в собственных интересах.

Прорывом ЮКОСа на данном направлении стало то, что 17 июня 2003 г. один из руководителей ЮКОСа Леонид Невзлин был избран ректором одного из крупнейших и престижных вузов страны — Российского государственного гуманитарного университета. Он и глава ЮКОСа Михаил Ходорковский, ставший председателем специально созданного Попечительского совета РГГУ, предложили программу финансовой поддержки университета, предполагавшую прямые инвестиции в размере ста миллионов долларов за десять лет, которые предлагалось потратить на поддержку Музейного центра РГГУ, развитие мультимедийных технологий образования, а также на выделение именных стипендий студентам и повышение окладов преподавателям. При этом основатель РГГУ Ю.Н. Афанасьев в своем выступлении выразил надежду, что, разрабатывая новую модель взаимодействия капитала, власти и общества, ЮКОС выйдет по отношению к РГГУ за рамки благотворительности и откроет совершенно новый путь расходования частного капитала в России⁸.

В интервью журналу «Формула карьеры», которое было дано 2 августа 2003 г., Невзлин подчеркнул: «...в моем лице оказано авансовое **доверие** (выделено мной. — П.Д.) ЮКОСу»⁹. Другими словами, ЮКОСом была запланирова-

⁶ URL: www.openrussia.info

⁷ Здесь и далее цитаты по: Михаил Ходорковский: Рокфеллеру было намного тяжелее // Коммерсантъ. 2005. № 98. С. 5.

⁸ URL: <http://www.rsuh.ru/news.html?id=1748>

⁹ URL: <http://www.fcmagazine.ru/releases/7/businessmans/education/174/>

на вполне эффективная трансформация финансового капитала в капитал социальный. Вследствие этого к середине 2003 г. руководство этой нефтяной компании и организации «Открытая Россия» стало фактически позиционироваться как центр создаваемой социальной сети, которая по размерам и, что важнее, по эффективности теоретически могла бы конкурировать с сетями, выстроенными государством. Обширная социальная сеть ЮКОСа начала накладываться на государственную иерархию: по результатам парламентских выборов 2003 г. ЮКОС могла бы сформировать многочисленную депутатскую группу в Государственной Думе. Таким образом ЮКОС нарушил существующую по умолчанию монополию государственной власти на создание и использование социального капитала. Позицию власти хорошо характеризуют слова секретаря президиума Генерального совета партии «Единая Россия» Вячеслава Володина, сказанные им в 2005 г. на отчетно-выборной конференции Красноярского краевого отделения партии власти: «...наши активисты учатся в политических школах, созданных ЮКОСом, — это разрушает принцип государственности!»¹⁰

Вследствие этого действия государственной иерархии по отношению к НК ЮКОС можно рассматривать в том числе как стремление власти сохранить монополию на создание социального капитала, для чего власть даже пошла на то, чтобы пожертвовать частью доверия, созданного на протяжении нескольких лет экономического роста и стабильного политического курса.

Таким образом, пожертвовав доверием части общества, разделяющей либеральные ценности, власть вроде бы укрепила доверие к себе со стороны более многочисленных бедных слоев общества, что является действенной стратегией

для удержания власти в краткосрочном предвыборном периоде. С другой стороны, это имело крайне негативные последствия для становления эффективных социальных сетей и здорового гражданского общества, поскольку эти меры вызвали недоверие среди значительной части немногочисленного среднего класса.

Парадокс ситуации заключается еще и в том, что в том случае, если бы власть гарантировала, что дело ЮКОСа будет единственным делом против бизнеса, то доверие бизнеса и населения по отношению к власти могло бы возрасти. Однако вместо этого высокопоставленные государственные чиновники продолжают говорить о том, что процессы против «олигархов» будут продолжаться, что подрывает всякие основы для доверия бизнеса да и простых граждан по отношению к власти.

Дело ЮКОСа явным образом задало направление как кампании по выборам в Государственную Думу 2003 г., так и президентской кампании 2004 г. Уже по результатам выборов в Государственную Думу можно увидеть, что действия власти по борьбе с олигархами в целом и по отношению к ЮКОСу в частности привели к смещению политического дискурса, очередной поляризации и радикализации значительной части населения России — более 20 процентов голосов было отдано за блок «Родина» и ЛДПР. Одним «делом ЮКОСа» государственная иерархия убила сразу нескольких зайцев. Во-первых, власть избавилась от реального конкурента в сфере создания социального капитала. Во-вторых, власть создала благоприятную для лояльных Кремлю проектов ЛДПР и «Родина» электоральную ситуацию, позволив им создавать социальный капитал на недоверии к олигархам. В-третьих, все нелояльные Кремлю партии лишились финансирования ЮКОСа, что стало, в частности, особенно тяжелым ударом для «Яблока». Кроме того, нельзя забывать, что удар по ЮКОСу фактически поставил правые партии, в особенности СПС, в ситуацию,

¹⁰ Цитата по: «Да нет ее, этой демократии, нигде!» // Коммерсантъ. 2005. № 99. С. 4.

при которой они должны были оправдываться за близость к большому бизнесу, и к тому же ЮКОСу в частности, — таким образом, был нанесен удар по доверию, накопленному по отношению к правым партиям среди населения.

Сегодня сложно себе представить ситуацию, что случилось бы, если бы власть не воспользовалась своим традиционным правом на насилие и не санкционировала арест М. Ходорковского, а затем — суд и фактически уничтожение корпорации ЮКОС в качестве значимого политического и экономического актора. Мог ли реализоваться сценарий захвата власти в стране бизнес-корпорацией, накопившей не только политический и экономический, но и социальный капитал, — вопрос, на который сейчас уже вряд ли

можно получить ответ. Однако очевидно, что этот сценарий рассматривался некоторыми людьми, имевшими доступ к принятию политических решений, как вполне реальный, что в значительной степени спровоцировало те меры против ЮКОСа, которые были приняты.

Очевидно, что в настоящее время на рынке социального капитала много участников, и государство уже не является на нем монополистом. Помимо практических вопросов захвата и удержания власти, это ставит перед исследователями важную теоретическую проблему: возможно ли в ближайшем будущем перерастание корпоративной лояльности в корпоративную идентичность, которая будет для ее носителя важнее, чем национальная идентичность?