

---

ния в росте образовательного, культурного и экономического потенциала каждого государства и всего Сообщества; отражение показателей и процедур общественной оценки качества профессионального образования, его социальной значимости для повышения качества жизни населения в национальных системах обеспечения и оценивания качества образования и в межгосударственных системах независимой экспертизы.

2.4. Личностно-профессиональный критерий – удовлетворение потребностей личности в качественном профессиональном образовании на уровне каждого государства ЕврАзЭС и всего Сообщества; реализация права граждан на профессиональное образование в соответствии с интересами, склонностями и способностями личности; развитие творческого потенциала личности в процессе профессионального образования, необходимого для конкурентоспособности специалиста-профессионала на рынке труда в ЕврАзЭС.

## **СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ МЕНЕДЖЕРА ОРГАНИЗАЦИИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ**

**В.В. Мицкевич**

*Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь*

**m\_vasilina@tut.by**

Проблематика социального капитала уверенно вошла в научный дискурс первого десятилетия XXI века. Исследованиями в указанной области занимаются экономисты, психологи, социологи и представители других дисциплин.

Специалисты Мирового банка определяют социальный капитал как сети контактов и взаимоотношений между людьми, способствующие доверию и формирующие количество и качество социальных взаимодействий в обществе. Социальный капитал представляет собой сложный социальный феномен, который следует изучать на микро-, мезо- и макро-уровне, т.е. рассматривать его в качестве индивидуального, группового или общественного ресурса. В рамках представленной работы нас будет интересовать индивидуальное измерение социального капитала, мы сконцентрируемся на изучении значимости этого ресурса для менеджеров организации.

К изучению этой темы обращается американский исследователь Р. Барт, который полагает, что благодаря наличию такого ресурса как социальный капитал менеджеры получают определенные преимущества. Он доказывает, что менеджеры с большим объемом социального капитала раньше получают продвижение по карьерной лестнице по сравнению с работниками, которые занимают схожее положение в той же или другой организации. Кроме того, социальный капитал помогает менеджерам быть в курсе большего количества событий, расширяет их кругозор, способствует увеличению человеческого капитала, стимулирует формирование и развитие инновационного мышления.

Подобно другим представителям сетевого подхода, Р. Барт считает, что социальный капитал является ресурсом, воспроизводимым социальной сетью. При обосновании данного положения особое внимание исследователь уделяет разработке классификационно-видовой матрицы сетевых структур, обоснованию специфических особенностей каждого вида социальной сети, а также описанию различных возможностей, которые получают менеджеры благодаря членству в той или иной сети. Такими сетевыми структурами, по мнению Р. Барта, являются клик-сеть, иерархическая сеть и предпринимательская сеть.

Клик-сеть представляет собой сетевую структуру, которая характеризуется наименьшей эффективностью для менеджеров, так как объем социального капитала предоставляемый данной сетью, а, следовательно, и ресурсов, которые можно мобилизовать благодаря членству в социальной сети, невелик. Клик-сеть является немногочисленной по составу, неиерархической сетью с высокой плотностью контактов. Получение социальной поддержки со стороны других членов социальной сети представляет собой основную выгоду, которую может получить менеджер, используя социальный капитал, воспроизводимый такой сетевой структурой.

Предпринимательская сеть представляет собой большую, разряженную (с невысокой плотностью контактов), неиерархическую сеть, богатую возможностями осуществления посредничества через структурные бреши. Членство в такой сети предоставляет определенные преимущества. Главными такими преимуществами для менеджеров, по убеждению Р. Барта, являются доступ к новой информации и контроль над ее распространением. Кроме того, членство в такой сети позитивно влияет на продвижение по служебной лестнице.

---

---

Иерархическая сеть является большой разряженной сетью завязанной на главном контакте. Членство в такой сети может обеспечить высокий показатель результативности действий аутсайдеров. В данном случае под аутсайдерами Р. Барт понимает менеджеров, которые не были приняты в качестве равноправных членов сообщества той или иной организации. Например, аутсайдером может быть менеджер-мужчина, который работает в фирме, принадлежащей к косметической отрасли (т.к. данная отрасль считается исконно женской). Основное отличие иерархической сети от предпринимательской заключается в том, что в последнем случае индивид получает непосредственный доступ к ресурсам социальной сети. Иерархическая сеть предоставляет возможность аутсайдеру получить доступ к ресурсам социальной сети через спонсора. Спонсор – авторитетный участник той или иной сети, который выступает рекомендателем нового участника. Для аутайдера членство в иерархической сети является единственно выгодным способом получения возможности использования ресурсов данной сети, так как попытка стать равноправным членом социальной сети, т.е. осуществить прорыв через структурную брешь будет более затратным способом достижения поставленной цели. Следует отметить, что для инсайдеров по сравнению с аутсайдерами иерархическая сеть обладает меньшей эффективностью.

Другой исследователь, Н. Лин обосновывает важность социального капитала не только для менеджеров среднего звена, но и для руководителей высшего уровня. Именно они должны обладать наибольшим объемом социального капитала, так как им приходится общаться и руководить людьми не только в рамках организации, но и за её пределами.

Таким образом, социальный капитал выступает в качестве ресурса менеджера, который можно эффективно использовать для повышения эффективности его деятельности, для продвижения по карьерной лестнице, для развития человеческого капитала и инновационного мышления управленцев различного уровня, для повышения качества управления подчиненными и ведения деловых переговоров с клиентами или партнерами по бизнесу.

#### **Литература**

1. Burt, R. Structural Holes: the Social Structure of Competition / R. Burt. – London: Harvard University Press, 1995. – 324 p.
2. Burt, R. The Network Structure of Social Capital / R. Burt // Research in Organizational Behavior. – 2000. – Vol. 22. – P. 1-83.
3. Burt, R. A note on social capital and network content / R. Burt // Social Networks. – 1997. – Vol. 19. – P. 355-373.
4. Lin, N. Social Capital: A Theory of Social Structure and Action / N. Lin. -- New York, 2002. – 296 p.
5. Lin, N. Building a network theory of social capital / N. Lin // Connections. – 1999. – Vol. 22, № 1. – P. 28-51.
6. Lin, N. Social networks and status attainment / N. Lin // Annual Review of Sociology. – 1999. – Vol. 25, № 1. – P. 467- 487.

## **УТИЛИТАРНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ФИЛОСОФИИ**

**В.Н. Новиков**

*Минский институт управления, г.Минск, Беларусь*

Подготовка в вузе высококвалифицированного специалиста предполагает, наряду с приобретением узкопрофессиональных знаний и умений, также и развитие навыков самостоятельного, творческого мышления. Это обусловлено как особенностями социальной динамики, так и спецификой развития современного естественнонаучного знания. В связи с этим гуманизация является, как отмечается в государственном образовательном стандарте Республики Беларусь, приоритетным принципом высшего образования. Выпускник вуза должен уметь глубоко, всесторонне и критически мыслить, чтобы позиционировать свое понимание смысла человеческого бытия, осуществлять выбор аксиологических ценностей и ориентиров своей жизнедеятельности.

Хотя в реализации этой стратегии философия теоретически должна бы играть важнейшую роль, на практике это не всегда получается.

В сознании многих студентов и преподавателей преобладает установка на сугубо утилитарную производственно-полезную целесообразность любой системы знаний и вследствие этого существует отторжение философии как науки весьма абстрактной и достаточно далекой от той производственно-практической деятельности, которая преобразует мир.