УДК 316.444.3

DOI 10.17506/articles.mobility.2018.6980

Дружинин Глеб Викторович,
преподаватель кафедры
государственного и муниципального управления
Института социальных наук
Иркутского государственного университета,
г. Иркутск,
E-mail: druzhinin93@mail.ru

Корпорация как феномен социальной мобильности личности

Статья посвящена исследованию влияния корпоративных организаций на социальную мобильность личности. Указывается, что социальная мобильность может проявляться как в рамках самой корпоративной организации, что является карьерным ростом, так и вне корпоративной структуры, являясь внешней мобильностью. Внешняя мобильность характеризуется, в большей степени, тем, что личность осуществляет перемещение в самой социальной структуре, меняя при этом социальные корпорации. Выявлены особенности вертикальной мобильности, связанные с появлением социальных норм, направленных на разрешение конфликтных ситуаций. Появление таких механизмов разрешения конфликтных ситуаций призвано снизить социальную напряженность между двумя субъектами, обладающими высокой социальной мобильностью и претендующими на один и тот же социальный статус. Указывается, что корпорация является общностью лиц, социальной группой, существующей в обществе наряду с простыми и сложными социальными общностями. Описываются основные признаки корпорации, к которым относятся устойчивый характер корпоративных связей между участниками, формируемый благодаря единой цели, наличие корпоративной иерархии, органов корпоративного управления, оформления деятельности участников корпорации и самих корпоративных связей при помощи таких средств, как соглашения, корпоративные договоры, уставы, регламенты и иные корпоративные локальные нормативные акты. Рассматриваются особенности вертикальной мобильности в корпоративной организации. Указывается, что движение личности в самой корпорации обусловлено рядом особенностей, к примеру,

карьерный рост возможен при наличии определенных условий: родовые связи, социальные достижения, наличие высшего образования и интеллекта. Выявлено, что участие в корпорации принимает не сам человек, а его квазисоциальный образ. Определено, что квазисоциальный образ можно рассматривать как совокупность или набор определенных черт, признаков и навыков, характерных для конкретной социальной личности: социальный опыт, наличие социальных связей, профессиональные навыки лица. Проанализированы отличия квазисоциального образа от социальной личности. Сделан вывод о том, что одним из эффективных средств, повышающих социальную мобильность личности, выступают корпоративная организация, которая является неотъемлемой частью социальной материи.

Ключевые слова:

социальная мобильность, корпорация, корпоративная организация, вертикальная мобильность, квазисоциальный образ.

Увеличение роли информационных технологий в современном обществе предъявляет новые вызовы для личности. Информатизация многих социальных процессов послужила причиной повышения динамики самих социальных процессов, ввиду чего личность оказалась в ситуации цейтнота, когда необходимо быстро и оперативно принимать решения. В итоге личность вынуждена искать различные средства повышения своей социальной мобильности.

Согласно мнению П.А. Сорокина, под социальной мобильностью понимается любой переход индивида или социального объекта (ценности), то есть всего того, что создано или модифицировано человеческой деятельностью, из одной социальной позиции в другую [Сорокин, 1992, с. 373]. Сущность социальной мобильности заключается в динамике движения социальных элементов в обществе, установлении новых и трансформации старых социальных связей, которые влекут занятие новой позиции субъекта или объекта в системе социальных координат. На наш взгляд, с мобильностью связаны следующие свойства объектов: гибкость, оперативность, подвижность, способность к динамике социального движения.

Следует указать, что существует ряд социальных организаций, которые оказывают воздействие на социальную мобильность, в частности, такие как государство, которое ограничивает

социальную мобильность путем введения систем социального контроля и репрессий [Колосов, Полян, 2009, с. 30], и корпоративные организации.

Необходимо указать, что существует два основных типа социальной мобильности: *горизонтальная и вертикальная* [Урри, 2012, с. 76]. Под горизонтальной социальной мобильностью, или перемещением, подразумевается переход личности или социального объекта из одной социальной группы в другую, расположенную на одном и том же социальном уровне. В рамках общественных правоотношений примером горизонтальной мобильности может выступить перевод студента в рамках одного учебного заведения на другую специальность, смена гражданства физического лица, переход из одной семьи в другую при разводе или при повторном браке, переход работника на другое предприятие с сохранением профессии в рамках трудовых правоотношений.

Вертикальная мобильность – продвижение социального субъекта или объекта вверх либо вниз в рамках социума. Например, карьерный рост работника от специалиста отдела регионального министерства до должности министра или заместителя министра этого же ведомства, является вертикальной мобильностью. Указанная вертикальная мобильность является индивидуальной, поскольку в ней участвует один субъект. Примером коллективной или групповой вертикальной мобильности является занятие мест в кабинете министров или федеральном правительстве группой лиц победившего кандидата. Так, вновь избранный президент или губернатор, в зависимости от уровня власти, практически всегда приводит за собой свою команду.

Особенностью вертикальной мобильности является наличие «сопротивления» при продвижении индивидуума вверх в системе социальных отношений. В истории человечества практически не было обществ, в которых происходила беспрепятственная вертикальная социальная мобильность. Причиной этому является, во-первых, высокая конкуренция за социальное положение, во-вторых, наличие совокупности социальных норм, закрепляющих разрешение социального конфликта.

Важно обратить внимание на то, что вертикальная мобильность всегда нормируема, то есть там, где возникает социальный конфликт, начинает формироваться система искусственных правил, ограничивающих и структурирующих допуск к занятию позиций в вертикальной иерархии. Чем выше социальное положение, которое хотят занять лица, тем выше

требования к этим кандидатам. Таким требованием может быть наличие достаточного ресурса, навыка или знания:

1) интеллектуального ресурса (наличие высшего образования, ученой степени, опыта работы на руководящих должностях, наличие аналитических, исследовательских способностей);

2) родового ресурса (знатное происхождение лица, наличие известных родственников, достигших социальных высот, высокое положение семейного рода в обществе);

3) социального ресурса (наличие социальных связей, близких доверительных и дружественных отношений с лицами более высокого социального статуса);

4) наличие морально-этических ценностей, присвоенных личностью;

5) психологический ресурс личности (наличие устойчивого психоэмоционального состояния, обладание навыками психорегуляции личности);

6) деловые качества (организованность; умение направлять и контролировать деятельность других; настойчивость и последовательность в реализации поставленных задач; умение разбираться в достижениях социального и научно-технического прогресса и находить способы их использования на практике).

Человек как физическая личность представляет собой живое существо, имеющее первичные потребности, обусловленные «животной природой» самого человека. Эти потребности можно называть по-разному: первичные потребности, потребности первого круга, естественные потребности. К ним относятся пищевые потребности (потребность в питании), потребность в репродукции (продолжение рода), потребность в психологической регенерации (сон, отдых), потребность в безопасности (наличие защищенного пространства, территории). Потребности второго круга называют «социальные потребности». Они возникли в социуме и являются его прямым порождением. К ним относятся потребность в наличии ближнего круга (малого социума), потребность в признании со стороны малого социума и общества в целом, потребность в продвижении по социальной лестнице, занятии социально-значимого положения в обществе. Выделяется также третий вид потребностей, которые связаны с духовным и психологическим состоянием человека, однако в настоящей работе нами будут рассмотрены в большей степени потребности природного и социального характера.

Физическая и социальная личность, в первую очередь, различаются по характеру потребностей, а также способу удовлетворения этих потребностей. Человеку как физической личности свойственно решать проблему путем применения физической силы и выражения агрессии по отношению к оппоненту. Человек как социальная личность при разрешении конфликта стремится разрешить его мирным путем переговоров, поиска консенсуса, нахождения уступок, поэтому для социальной личности в большей степени является естественным выстраивание социальных связей и вступление в общественные отношения, в корпорации, следовательно, социальная мобильность необходима для социальной личности в целях встраивания себя в социальную реальность.

Корпорация представляет собой группу людей, объединенных общностью интересов для достижения определенной цели, организованную определенным образом и имеющую формально-юридическое выражение.

В социологическом смысле корпорация является множественностью лиц, поскольку предполагает под собой объединение лиц для достижения определенной цели [Дружинин, 2018, с. 117]. При этом корпорация выступает социальной группой, которой свойственна устойчивость; корпоративные отношения характеризуются длительностью существования (корпорация существует вплоть до достижения цели, а в некоторых случаях существует и после достижения желаемой цели). В свою очередь, длящийся характер предполагает наличие устойчивой связи между участниками корпорации.

Длящийся характер отношений обусловлен и тем, что участники корпорации находятся в активном взаимодействии друг с другом, осуществляют системную и постоянную деятельность. Корпоративные органы управления, в которых состоят участники, осуществляют встречу с определенной периодичностью и постоянством. Например, часть 1 статьи 32 Федерального закона от 08.02.1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» закрепляет, что высшим органом коммерческой корпорации (общества с ограниченной ответственностью) является общее собрание участников общества, при этом собрания бывают как очередными, так и внеочередным. Закон определяет также конкретные сроки проведения общего собрания, которые устанавливаются уставом, но по общему правилу проводятся не реже, чем один раз в год [Федеральный закон № 14-ФЗ, 1998].

Упорядоченность корпоративных отношений выражается в наличии у корпорации социальной организации. Социальная организация означает установление в корпорации определенной вертикальной иерархии в корпоративных отношениях и создание корпоративных органов управления в целях упорядочивания внутрикорпоративных отношений. Деятельность участников корпорации почти всегда упорядочена. В духовно-религиозных корпорациях упорядоченность прослеживается в проведении религиозных обрядов, которые проводятся в определенное время (церковные праздники: Рождество Христово, Крещение) и имеют определенную последовательность действий в самом ритуале.

Закрытый или полузакрытый характер корпорации обусловлен наличием цели корпорации и общностью интересов. Если рассматривать участников корпорации в качестве элементов корпорации, то эти элементы носят гомогенный характер. Участники имеют общность интересов, единую цель, разделяют (соглашаются) с политикой корпорации. В профессиональных корпорациях фильтр вступления более выраженный, участник, желающий вступить в неё, должен иметь соответствующее образование (например, в ассоциацию юристов могут вступить те лица, которые обладают юридическим образованием).

Корпорация, как было указано выше, имеет формально-юридическое закрепление посредством корпоративных документов: договоров, соглашений, устава (регламента) корпорации, положения о корпорации. Для политической корпорации (политической партии) этим может быть устав и программа партии. Следует отметить, что внешнее выражение корпорации (заключение корпоративного договора участниками) является подтверждением её создания со стороны самих участников, однако чтобы признать корпорацию в качестве субъекта общественных отношений, требуется признание корпорации со стороны государства. Таким признанием служит государственная регистрация корпорации. Государственное решение о регистрации выступает волевым актом государства, которым корпорация признается в качестве субъекта права.

Вступая в создаваемую или уже созданную корпорацию, личность тем самым повышает свою социализацию и мобильность, поскольку корпорация выступает одним из социальных лифтов для личности.

Человек, вступая в коммерческую корпорацию с разветвленной территориальной филиальной системой, должен быть

готов к тому, что со стороны начальства ему может поступить предложение о смене места работы (например, переехать из Иркутска в Москву). Смена работы и переход участника корпорации из одного пространства в другое может качественно повысить уровень жизни лица.

Карьерный рост в корпорации от специалиста до начальника отдела, либо должности высшего звена управления для личности также выступает примером мобильности и социальной циркуляции. Лицо, работая начальником юридического отдела в крупной региональной нефтехимической компании, набравшись опыта и проработав в компании несколько лет, является ценным специалистом и может получить предложение от крупной международной нефтехимической корпорации. Таким образом, пройдя рост от специалиста до начальника юридического отдела, лицо повышает свою социальную мобильность. Стоит помнить, что указанный социальный статус достигается исключительно благодаря корпорации. Чем выше престиж корпорации, тем выше статус, занимаемый личностью (пример: статус начальника юридического отдела небольшого регионального банка и статус начальника юридического отдела крупного международного немецкого банка будут различаться).

Участие в ученой корпорации (университете) также повышает социальную мобильность личности, поскольку оспетованный специалист без особых затруднений может совершить переход из одной ученой корпорации в другую. Нахождение личности в структуре ученой корпорации в статусе студента по истечению нескольких лет также позитивным образом влияет на повышение уровня мобильности личности. Закончивший университет и получивший диплом специалист становится востребованным в других корпорациях и может продолжить свое движение вверх по социальной лестнице [Полушкевич, 2016, с. 68].

Кроме того, лицо, обладающее высоким уровнем мобильности, занимающее высокое социальное положение, может повышать или влиять на степень мобильности других лиц посредством принятия управленческих решений. Генеральный директор может принимать решение о создании филиала в другом регионе и переводе туда отделов компании.

В силу наличия у человека физической и социальной составляющей личности участие в корпорации принимает не сам человек, а его квазисоциальный образ. *Квазисоциальный образ* можно рассматривать как совокупность или набор определен-

ных черт, признаков и навыков, характерных для конкретной социальной личности. К таковым можно отнести социальный опыт, наличие социальных связей, профессиональные навыки лица. Отличие квазисоциального образа от социальной личности заключается в том, что квазисоциальный образ является неотъемлемой частью физической личности, выступает в качестве ограниченного или неполного комплекта ключевых навыков и качеств в зависимости от ситуации.

Физическое лицо как социальная личность обладает набором социальных символов (атрибутов), благодаря которым определяется место личности в социальной системе. К таким символам относятся семейное происхождение (родовой ресурс), наличие образования, в том числе высшего (когнитивный ресурс), наличие устоявшихся социальных связей с другими лицами, обладающими социальными статусами, и корпорациями, в которых состоит личность (социальный ресурс).

Одним из таких символов и выступает наличие устоявшихся социальных связей с корпоративной структурой. Принадлежностью к той или иной группе во многом предопределяется социальное положение личности. Рассмотрим пример, когда человек не имеет сильных родовых связей, но вместе с этим, стремится занять высокое положение в обществе. Такое лицо будет искать возможность попасть в социальные группы, в том числе, корпорации, обладающие властными полномочиями или ресурсным состоянием.

В то же время, вступая в такие корпорации, лицо осуществляет свой вклад в указанные корпорации. К примеру, в гражданских правоотношениях существует такая разновидность договора как «договор простого товарищества». Сторонами договора простого товарищества могут выступать индивидуальные предприниматели и (или) коммерческие организации. Товарищи вносят вклад в общее дело.

Как следует из содержания части 1 статьи 1042 Гражданского кодекса РФ, вкладом товарища признается все то, что вносится в общее дело, в том числе деньги, иное имущество, профессиональные и иные знания, навыки и умения, а также деловая репутация и деловые связи [Гражданский кодекс ... , 1996]. Профессиональные и иные знания, навыки и умения, деловая репутация и деловые связи в своей совокупности и составляют квазисоциальный образ личности. Вложение со стороны лица своей энергии в форме личного участия либо имущественного вклада уже свидетельствует о появлении квазисоциального об-

раза. Такой образ может не всегда соответствовать реальным качествам личности, или сама личность может и не обладать незаурядными способностями, но благодаря участию в корпорации повышается её положение в обществе.

Вступление в корпорацию требует надлежащего механизма правовой защиты квазисоциального образа личности (совокупность корпоративных прав и обязанностей). Такими способами являются правовые средства защиты и квазикорпоративные средства защиты прав участников корпорации. Для правового способа защиты характерно привлечение государственных органов для защиты прав, свобод и интересов учредителей. Это могут быть обращение в правоохранительные органы, обращение в органы исполнительной власти с жалобой, судебные правовые средства. Корпоративный способ защиты может быть двух видов: включение корпоративных механизмов разрешения споров и переговоры.

Одним из элементов квазисоциального образа в юридическом смысле можно назвать деловую репутацию личности, представляющую собой устоявшиеся представления о физическом или юридическом лице, мнение, основанное на оценке его общественно значимых качеств [Толчеев, 2009, с. 181].

Таким образом, рассматривая социальную мобильность важно отметить, что одним из эффективных средств, повышающих мобильность личности, выступают корпорации, благодаря которым лицо может изменить свое социальное положение, либо сменить социальное пространство. Участие в таких корпорациях предполагает возникновение устойчивых социальных связей и, как результат такого участия, появление квазисоциального образа. Квазисоциальный образ во многом формирует имидж и социальное положение самого физического лица.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Дружинин Г.В. 2018. Сравнительно-правовые аспекты концептуальных моделей коммерческих корпораций // Сибир. юрид. вестн. № 2. С. 116–122.

Колосов В.А. Полян П.М. 2009. Ограничение территориальной мобильности и конструирование пространства от сталинской эпохи до наших дней // Режимные люди в СССР / отв. ред. Т. Кондратьева, А. Соколов. М.: РОССПЭН. С. 25–48.

Полюшкевич О.А. 2016. Корпоративная солидарность университета // Alma mater: (Вестн. высш. шк.). № 12. С. 68–72.

Сорокин П. А. 1992. Социальная и культурная мобильность // Сорокин П. Человек, цивилизация, общество / под. ред. А. Ю. Согомонова. М.: Политиздат. С. 297–424.

Толчеев Н. К. (ред.) 2009. Настольная книга судьи по гражданским делам / под ред. Н. К. Толчеева. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Проспект. 656 с.

Урри Дж. 2012. Мобильности / пер. с англ. А. В. Лазарева; вступ. ст. Н. А. Харламова. М.: Праксис. 576 с.

Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая: от 26 января 1996 года № 14-ФЗ (с изм.) // Собрание законодательства Рос. Федерации. 1996. № 5. Ст. 401.

Федеральный закон Российской Федерации от 8 февраля 1998 года № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (в ред. от 23.04.2018) // Собрание законодательства Рос. Федерации. 1998. № 7. Ст. 785.

References

Druzhinin G. V. Sravnitel'no-pravovye aspekty kontseptual'nykh modeley kommercheskikh korporatsiy [Comparative legal aspects of conceptual models of commercial corporations], *Sibirskiy yuridicheskiy vestnik*, 2018, no. 2, pp. 116–122. (in Russ.).

Federal'nyy zakon Rossiyskoy Federatsii ot 8 fevralya 1998 goda № 14-FZ «Ob obshchestvakh s ogranichennoy otvetstvennost'yu» (v red. ot 23.04.2018) [Federal Law of the Russian Federation, February 8, 1998 No. 14-FZ “On Limited Liability Companies” (as amended on 04.04.2018)], *Sobranie zakonodatel'stva Rossiyskoy Federatsii*, 1998, no. 7, art. 785. (in Russ.).

Grazhdanskiy kodeks Rossiyskoy Federatsii. Chast' вторая: ot 26 yanvarya 1996 goda № 14-FZ (s izm.) [Civil Code of the Russian Federation. Part Two: No. 14-FZ of January 26, 1996 (as amended)], *Sobranie zakonodatel'stva Rossiyskoy Federatsii*, 1996, no. 5, art. 401. (in Russ.).

Kolosov V. A. Polyay P. M. Ogranichenie territorial'noy mobil'nosti i konstruirovaniye prostranstva ot stalinskoy epokhi do nashikh dney [Restriction of territorial mobility and construction of space from the Stalin era to the present day], T. Kondratieva, A. Sokolov (eds.) *Rezhimnye lyudi v SSSR*, Moscow, ROSSPEN, 2009, pp. 25–48. (in Russ.).

Polyushkevich O.A. Korporativnaya solidarnost' universiteta [Corporate Solidarity University], Alma mater: (Vestn. vyssh. shk.), 2016, no. 12, pp. 68–72. (in Russ.).

Sorokin P.A. Sotsial'naya i kul'turnaya mobil'nost' [Social and cultural mobility], Sorokin P. Chelovek, tsivilizatsiya, obshchestvo, Moscow, Politizdat, 1992, pp. 297–424. (in Russ.).

Tolcheev N.K. (ed.) Nastol'naya kniga sud'i po grazhdanskim delam [Handbook of the judge in civil cases], 2nd ed., rev and augm., Moscow, Prospekt, 2009, 656 p. (in Russ.).

Urry J. Mobil'nosti [Mobilities], Moscow, Praksis, 2012, 576 p. (in Russ.).

Gleb V. Druzhinin,

Lecturer of Department of Public Administration,
Institute of Social Sciences of the Irkutsk State University,
Irkutsk,

E-mail: druzhinin93@mail.ru

Corporation as a Phenomenon of Social Mobility of the Individual

Abstract

The article is devoted to the study of the role of the influence of corporate organizations on the social mobility of the individual. At the same time, attention is drawn to the fact that social mobility can manifest itself both within the framework of the corporate organization itself, which is career growth, and outside the corporate structure, in a different way external mobility. External mobility is characterized to a greater extent by the fact that the person moves in the social structure itself, changing the social corporations in which the person is. The features of vertical mobility associated with the emergence of social norms aimed at resolving conflict situations are identified. The emergence of such conflict resolution mechanisms is designed to reduce social tensions between two subjects with high social mobility and claim to occupy the same social status. It is indicated that a corporation is a community of persons, a social group that exists in society along with simple and complex social communities. It describes the main features of the corporation, which include the steady nature of corporate relations between the participants, formed through a common goal, the presence

of the corporate hierarchy, corporate governance bodies, registration of the activities of the participants of the corporation and the corporate relations themselves using such means as agreements, corporate agreements, charters, regulations and other corporate local regulations. The features of vertical mobility in a corporate organization are considered, as the movement of a person in a corporation is due to a number of features, for example, career growth is possible under certain conditions: gender ties, social achievements, higher education and intelligence. It was revealed that participation in the corporation is not taken by the person himself, but by his quasi-social image. It was determined that a quasi-social image can be viewed as a set or set of certain features, characteristics and skills characteristic of a specific social personality: social experience, presence of social connections, professional skills of a person. The differences of the quasi-social image from the social personality are analyzed. It is concluded that one of the effective means of increasing the social mobility of an individual is a corporate organization, which is an integral part of social matter.

Keywords:

social mobility, corporation, corporate organization, vertical mobility, quasi-social image.