КОНЦЕПТ
научно-методический электронный журнал
ART 14175 УДК 316.77
Ставропольский Ю. В. Социологические теории социального действия в Японии и Китае // Концепт. – 2014. – № 07 (июль). – ART 14175. – 0,5 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14175.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

Ставропольский Юлий Владимирович,
кандидат социологических наук, доцент кафедры общей и социальной психологии ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского», г. Саратов
StJulius@yandex.ru

Социологические теории социального действия в Японии и Китае

Аннотация. *Статья посвящена рассмотрению вопроса о том, почему ни «айдагара», ни «эн», ни «гуаньси» не стали универсальными социологическими понятиями для характеристики общественных отношений, а социальный капитал стал. Этот общий вопрос можно разделить на два частных, связанных со спросом на социологические концепции и с их предложением. Что касается предложения, то почему азиатские социологи не занимаются разработкой универсальных социологических концептов на основе местных понятий? Что касается предложения, то почему социологи на Западе не принимают понятий, сложившихся на Востоке?*
Ключевые слова: *социальный капитал, социальные отношения, понятие, теория, социология.*
Раздел: *(03) философия; социология; политология; правоведение; науковедение.*

Понятие социального капитала уже немало десятилетий привлекает внимание учёных-обществоведов, политиков, государственных и общественных деятелей отчасти потому, что при помощи социального капитала надеются решить те общественные проблемы, к решению которых не сумели найти индивидуальных подходов. Например, Р. Патнэм (Putnam) [1], проведя тщательное сравнительное исследование северных и южных областей Италии, отмечает, что в северной Италии гражданская, политическая и экономическая активность характеризуется более сильным резонансом потому, что там накоплен больший социальный капитал по сравнению с южной частью страны. Подобное понимание социального капитала не ограничивается развитыми странами, в частности Италией. Как отмечают К. Гроотерт (Grootaert) и Т. ван Бастелер (Bastelaer) [2], во Всемирном банке, который выступает важнейшим оператором финансовой помощи развивающимся странам, понятие социального капитала применяется для повышения эффективности инвестиций в слаборазвитые страны.

Японские социологи также не обошли вниманием эту проблему. Ведущие монографии по данной тематике, авторы которых Н. Линь (Lin) и Р. Бёрт (Burt) [3], не остались не замеченными японской социологией. В связи с этим встаёт один интересный вопрос. Японское общество изобилует разнообразными социальными связями. Стабильный характер межличностных отношений придаёт обитателям различных сообществ уверенность и безопасность. Тесные социальные связи между тружениками японских компаний обеспечивают прочность корпорации «Япония». Долгосрочный характер взаимоотношений между крупными японскими фирмами и их субподрядчиками формирует эластичные производственные отношения, чувствительные к быстрым переменам на рынке. В японской социологии для описания такого рода взаимосвязей приняты термины «айдагара» и «эн». Отсюда возникает загадка: почему японские социологи, живущие в обществе, где «айдагара» и «эн» встречаются на каждом шагу, не используют эти понятия в качестве универсальных категорий для описания и интерпретации общественных отношений? Такая же головоломка существует и в других азиатских обществах. Например, Китай также представляет собой общество, в котором социальные взаимоотношения не только

Ставропольский Ю. В. Социологические теории социального действия в Японии и Китае // Концепт. – 2014. – № 07 (июль). – ART 14175. – 0,5 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14175.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

превалируют, но и образуют необходимое условие для выживания. Без социальных связей ни один китаец не может ни устроиться на работу, ни получить повышения, ни заниматься бизнесом. Если предприниматель желает делать свой бизнес в Китае, то начинать следует с поиска такого человека, который сведёт его с влиятельными людьми. По-китайски такие отношения называются словом «гуаньси». Тем не менее китайские социологи почему-то до сих пор не разработали понятие «гуаньси» на уровне универсального социологического концепта.

Обоснованно задаться вопросом о том, почему ни «айдагара», ни «эн», ни «гуаньси» не стали универсальными социологическими понятиями для характеристики общественных отношений, а социальный капитал стал. Этот общий вопрос можно разделить на два частных вопроса, связанных со спросом на социологические концепции и с их предложением. Что касается предложения, то почему азиатские социологи не занимаются разработкой универсальных социологических концептов на основе местных понятий? Что касается предложения, то почему социологи на Западе не принимают понятий, сложившихся на Востоке? Э. Хамагути (Hamaguchi) и Н. Линь (Lin) определяют «айдагара», «эн» и «гуаньси» в качестве общих концептов, однако западные социологи не обращают никакого внимания на их усилия.

Когда японцы обсуждают общественные отношения, они то и дело произносят слово «эн». Японское слово «эн» означает движущую силу, импульс, заставляющий двух людей войти в контакт. Например, если два японца познакомились, то они рассуждают примерно следующим образом: «Некий “эн” свёл нас друг с другом – почему бы нам не установить хорошие отношения между собой?»

Вопреки тому что немало японистов убеждены в том, что «эн» – это понятие, характерное сугубо для японского общества, Э. Хамагути рассматривает «эн» в качестве общих теоретических рамок социального действия. Э. Хамагути утверждает, что методологический индивидуализм, выросший из западной социологии и акцентирующий индивидуальную автономию, не способен должным образом объяснить ни социальное действие, ни социальные отношения в японском обществе. В методологическом отношении индивидуализм постулирует, что индивид образует социальные связи исходя из принципа взаимной выгоды. Когда поддержание социальных связей становится индивиду невыгодным, он их разрывает. Иными словами, для индивида важнее автономия и независимость, чем социальные взаимоотношения. Напротив, для японцев индивидуальное существование и социальные узы неразделимы. Японцы полагают, что индивидуальное существование неразрывно встроено в окружающий их социальный контекст. Э. Хамагути утверждает, что подобные взаимоотношения между человеком и социальным контекстом встречаются также и в других азиатских обществах.

Э. Хамагути противопоставляет методологическому индивидуализму методологический контекстуализм. С точки зрения методологического контекстуализма строительными блоками социального мира выступают не индивиды, но контекстуалы. В противовес индивидам, контекстуалы олицетворяют собой акторов методологического контекстуализма, не стремясь ни к автономии, ни к независимости, но сами выступают независимыми от других контекстуалов. Иначе говоря, социальные связи – это не просто инструмент, которым оперируют контекстуалы, но неотъемлемая часть контекстуального эго. Данная японская разновидность социальных взаимосвязей выражается Э. Хамагути при помощи концепта «айдагара». Понятие «айдагара», которое в японском языке означает социальные взаимоотношения, приобретает в методологическом контекстуализме более глубокий смысл, нежели

Ставропольский Ю. В. Социологические теории социального действия в Японии и Китае // Концепт. – 2014. – № 07 (июль). – ART 14175. – 0,5 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14175.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

смысл социальных взаимоотношений в методологическом индивидуализме. Как уже сказано выше, «эн» представляет собой движущую силу, импульс, благодаря которому «айдагара» материализуется между контекстуалами.

Э. Хамагути стремится создать альтернативную теорию действия, в которой контекстуалы выступают в качестве акторов. Стремление Э. Хамагути вдохновлено его желанием объяснить японский образ действия и взаимоотношения при помощи самобытных понятий и концепций, на основе которых он старается сформулировать общую теорию действия, противостоящую западной теории действия.

Китайское слово «гуаньси» означает социальные отношения. Тем не менее, подобно японским словам «айдагара» и «эн», слово «гуаньси» имеет в китайском языке более глубокий смысл, нежели социальные отношения с позиции методологического индивидуализма. Вопреки общепринятому взгляду на то, что тип социальных отношений, обозначаемый словом «гуаньси», присущ исключительно китайскому обществу во времена культурной революции и после неё, Н. Линь утверждает, что «гуаньси» встречается и в других обществах в другие эпохи. Н Линь определяет «гуаньси» как продолжительные, эмоционально окрашенные инструментальные отношения, располагающие к обмену любезностями в частном порядке и к открытому признанию несимметричных сделок. Феномен «гуаньси» приобретает значимость в таком обществе, в котором социальные действия во многом определяются социальным положением, т. е. социальными отношениями как таковыми и социальным признанием места, занимаемого в паутине социальных отношений [4].

Таким образом, «гуаньси» – это не просто социальные отношения, как они понимаются в методологическом индивидуализме. В своей основе это инструментальные отношения, имеющие долговременный характер, эмоционально окрашенные и асимметричные, т. е. такие отношения, которые напрямую обоюдными не являются. Например, лицо А может попросить лицо В об одолжении. Если лицо В сумеет оказать лицу А требуемую услугу, то лицо А не обязано оказать ответную услугу лицу В непосредственным образом, как это бывает при симметричных отношениях. В свой черёд, лицо А признаёт, что лицо В сделало ему добро, и тем самым поднимает репутацию лица В. Кроме того, лицо А поднимает и собственную репутацию тем, что демонстрирует наличие «гуаньси» с лицом В.

По причине того что «гуаньси» имеет в китайском обществе вездесущий и преобладающий характер в историческом, политическом и экономическом контекстах, принято считать, что «гуаньси» – это сугубо китайский феномен. Следуя приведённому выше определению, Н. Линь утверждает, что феномен «гуаньси» в действительности существует за пределами Китая и не ограничен во времени эпохой культурной революции.

Сформулируем чётко два вопроса. Во-первых, почему большинство японских и китайских социологов, исключая, может быть, только Э. Хамагути и Н. Линя, не занялись разработкой общих социологических концепций на основе понятий «айдагара», «эн» и «гуаньси»? Во-вторых, почему западными социологами не приняты понятия «айдагара», «эн» и «гуаньси» в качестве общих концептов социальных отношений, несмотря на утверждения Э. Хамагути и Н. Линя о том, что понятия «айдагара», «эн» и «гуаньси» присущи не только Японии и Китаю?

На эти вопросы существует несколько вероятных ответов. Один из них состоит в том, что распространению концепций, возникших в азиатских обществах, препятствует доминирование западной социологии. Такая неделикатная критика западной социологии помогла бы с ответом на второй вопрос, но не даёт нам ответа на первый. Безусловно, оба вопроса образуют две стороны одной медали, значит, отвечать на оба

Ставропольский Ю. В. Социологические теории социального действия в Японии и Китае // Концепт. – 2014. – № 07 (июль). – ART 14175. – 0,5 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14175.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

следует одновременно. А для этого необходимо вникнуть в амбивалентность статуса азиатской социологии.

Социологам из Азии часто приходится сталкиваться с противоречиями между выработанными на Западе социологическими концепциями и социальной реальностью собственных обществ. Некоторым из них удаётся объяснять локальные общественные явления, применяя западные концепции и теории. Однако, когда западные концепции и теории утрачивают адекватность, перед азиатскими социологами открываются три альтернативы. Во-первых, можно корректировать западные концепции и теории таким образом, который позволит объяснить изучаемое явление. Во-вторых, можно не корректировать западные концепции и теории, а добавить в них новые частные положения относительно локальных обществ. В-третьих, можно создать новые концепции и теории, на основе которых будут объяснены локальные общественные явления. Первая и вторая альтернативы требуют меньших затрат времени и усилий по сравнению с третьей альтернативой, поэтому они шире распространены. Мало того, поскольку производимые изменения в первоначальных концепциях и теориях незначительны, то исследования, выполненные с применением первой и второй альтернатив, представляются западным социологам приемлемыми. Напротив, исследования, выполненные с применением третьей альтернативы, не только требуют больших затрат, но и неприемлемы для социологов на Западе. Поскольку азиатским социологам публикации нужны не меньше, чем их западным коллегам, то первая и вторая альтернативы представляются наиболее вероятными.

Тем не менее Э. Хамагути и Н. Линь избрали третью альтернативу. Э. Хамагути объясняет японский тип общественных отношений при помощи совершенно иной теории общественных отношений, построенной на понятиях «айдагара», «эн» и «контекстуал». Сходным образом Н. Линь выдвигает общую теорию социального действия, оперируя китайским понятием «гуаньси», и выступает в защиту её самобытности.

И всё же принять третью альтернативу западным социологам сложнее всего, ибо концепции и теории, выдвигаемые их коллегами из Азии, имеют мало общего с теми концепциями и теориями, которые создавались на Западе. К примеру, Э. Хамагути решительно акцентирует различия между индивидами и контекстуалами, затрудняя западным социологам, привыкшим иметь дело с понятием индивида, понимание связи между этими терминами.

Таким образом, резонно задаться вопросом о том, почему среди западных социологов, нацеленных в своих исследованиях на изучение индивида, приобрело такую большую популярность понятие социального капитала. Ответить на этот вопрос можно тем, что, во-первых, это незаполненное понятие, а, во-вторых, это некая разновидность капитала – понятия, знакомого социологам.

Незаполненное понятие – это такое понятие, которое не нагружено смыслами, имеющими отношение к локальной истории и культуре. Как отмечает Э. Хамагути, структуру феномена «айдагара» невозможно анализировать тем же способом, которым объясняют общественные отношения, т. е. на языке процесса обмена или интеракции между индивидами [5]. В свою очередь, Н. Линь высказывается за то, чтобы понимать значение и смысл феномена «гуаньси» намного глубже, чем предполагает простой перевод английских слов «взаимоотношения» или «взаимосвязи» [6]. Из этих высказываний следует, что и «айдагара», и «гуаньси» по своему смыслу шире, чем социальный капитал. Но, несмотря на то, что и Э. Хамагути, и Н. Линь логично разъясняют смыслы, скрытые в этих понятиях, множественность смыслов препятствует пониманию этих концептов западными социологами.

Ставропольский Ю. В. Социологические теории социального действия в Японии и Китае // Концепт. – 2014. – № 07 (июль). – ART 14175. – 0,5 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14175.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

С другой стороны, социальный капитал – это незаполненное понятие, связанное с такими же, как и оно, незаполненными понятиями общественных отношений и социальной структуры. Основоположником понятия «социальный капитал» Дж. Коулменом предложено определение социального капитала по его функции. Социальный капитал – не единая целостность, но многообразие различных целостностей, характеризующихся двумя общими элементами. Во-первых, каждая из них включает некоторый аспект социальной структуры. Во-вторых, они способствуют совершению акторами определённых действий внутри этой структуры [7]. В формулировке Дж. Коулмена отсутствуют различия по степени представленности рассматриваемого свойства: больше – меньше, сильнее – слабее. Формулировка, которую предлагает Н. Линь, тоже выглядит ненаполненной. Н. Линь определяет социальный капитал операционально, в качестве ресурса, укоренённого в общественных отношениях, доступного для акторов и используемого акторами в своих действиях [8]. Ненаполненные понятия распространяются среди социологов стремительнее, чем понятия наполненные, т. е. нагруженные локальными смыслами. Это объясняется тем, что ненаполненные понятия требуют меньше когнитивных усилий для понимания по сравнению с наполненными понятиями.

У понятия социального капитала имеется ещё одно достоинство, связанное с тем, что социальный капитал – это некая разновидность капитала вообще, понятия, хорошо известного социологам. В вышеприведённом определении Н. Линя ясно обнаруживается, что социальный капитал представляет собой некий ресурс, который акторы используют для своих действий. Если прочитать формулировку Дж. Коулмена далее, то в ней говорится о том, что, подобно иным разновидностям капитала, социальный капитал обладает продуктивностью, обеспечивая возможность достижения конкретных целей, которые при его отсутствии оказываются недостижимыми.

Сравним эти определения с тем, как Э. Хамагути объясняет феномены «айдагара» и «эн», и с тем, как Н. Линь характеризует феномен «гуаньси». Согласно Э. Хамагути, в отношениях, которые присущи феномену «айдагара», отнюдь не отдаётся предпочтения обоюдным воздаяниям с обеих сторон, гораздо существеннее взаимные любезности в кругу всех участников. Мало того, участниками прилагаются усилия по поддержанию и развитию собственно человеческих уз, трансцендирующих индивидуальные интересы [9]. Следовательно, в ряде случаев феномен «айдагара» способен проявляться в качестве социального капитала, хотя целью формирования отношений «айдагара» не обязательно выступает доступ к заключенным в этом феномене ресурсам. Согласно Н. Линю, феномен «гуаньси» представляет собой процесс, нуждающийся в построении, поддержке и усилении. Акты оказания и принятия любезностей не обоюдны, первостепенное значение имеют выражения признательности в связи с участием в социальных отношениях [10]. Дж. Коулмен подчёркивает, что социальный капитал представляет собой сопутствующий продукт общественных отношений, но, тем не менее, акцент на слове «капитал» предполагает, что акторы стремятся извлечь выгоду из своих отношений. Кроме того, теории социального капитала неявно подразумевают то, что задействованные акторы – это независимые действующие силы, которые свободны манипулировать общественными отношениями. Благодаря такому подтексту понятие социального капитала более приемлемо для учёных-обществоведов, нежели понятия «айдагара», «эн» и «гуаньси».

Выше уже говорилось о том, что социологам из Азии часто приходится сталкиваться с противоречиями между выработанными на Западе социологическими

Ставропольский Ю. В. Социологические теории социального действия в Японии и Китае // Концепт. – 2014. – № 07 (июль). – ART 14175. – 0,5 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14175.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

концепциями и социальной реальностью собственных обществ. Социальный капитал служит примером подобных затруднений и объясняет, почему это понятие было предложено не азиатскими социологами. Мы уже выяснили, что понятия «айдагара», «эн» и «гуаньси» обладают более глубоким смыслом по сравнению с понятием социального капитала. Поэтому социологи из Азии в лице Э. Хамагути и Н. Линя склонны подчёркивать существование резкого контраста между концепциями локальными и концепциями западными. Вопреки своим намерениям выстроить общую теорию, выходящую за пределы азиатских обществ, Э. Хамагути и Н. Линь пока не добились успеха. Э. Хамагути, в частности, утверждает, что его концепция методологического контекстуализма допускает применение к иным обществам, помимо Японии. Но всё же он не предложил никакого технического термина, способного охватить и методологический контекстуализм, и методологический индивидуализм. Тем самым, вопреки собственным намерениям, Э. Хамагути в итоге приходит к признанию специфичности и партикулярности методологического контекстуализма, а вслед за ним и феноменов «айдагара» и «эн».

Каким может быть решение данной проблемы? Допустим, что в социологии не существует понятия социального капитала, а некий японский социолог желает выработать такую социологическую концепцию, которая бы адекватно улавливала характерные особенности японского типа общественных отношений. Что делать? Предлагаем два возможных решения. Первое решение практическое – взять за основу такое локальное понятие, как «айдагара», разработать его в социологическую концепцию и показать, что западный тип общественных отношений представляет собой одну из разновидностей феномена «айдагара», из которого изъяты локальные смыслы. Иными словами, следует превратить понятие «айдагара» в ненаполненный концепт. Такая стратегия представляет собой движение от партикуляризма к универсализму. Следует учитывать скрытый риск, таящийся в данной стратегии, – утрату богатства локальных смыслов, заключенных в понятии «айдагара». Более того, если в качестве отправного момента избрать наполненное понятие, например «айдагара», то внедрение данного понятия в социологическую сферу окажется затруднено по причине его когнитивной сложности. Итак, данная стратегия выглядит неосуществимой.

Вторая стратегия представляет собой движение от партикуляризма к универсализму и вновь к партикуляризму. Данная стратегия позволила бы японским социологам выработать некую широкую концепцию, включающую и японский, и западный типы общественных отношений, не говоря уже о китайском типе. Из этой общей концепции японские социологи смогли бы вывести в качестве производных такие локальные понятия, как «айдагара» и «гуаньси». Подобная стратегия является подлинно научной, а потому её следует предпочесть. Если бы Э. Хамагути выработал более общую теорию общественных отношений и произвёл бы от её основы понятия индивида и контекстуала, с учётом различий в переменных и параметрах, то его теория стала бы более приемлемой. А пока Э. Хамагути удалось создать не общую, а альтернативную теорию социального действия.

Ссылки на источники

1. Putnam R. D. Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy. – Princeton: Princeton University Press, 1993.
2. Understanding and Measuring Social Capital: A Multi-Disciplinary Tool for Practitioners / Ed. by C. Grootaert, T. Bastelaer van. – Washington, D.C.: The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2002.

Ставропольский Ю. В. Социологические теории социального действия в Японии и Китае // Концепт. – 2014. – № 07 (июль). – ART 14175. – 0,5 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14175.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

3. Burt R. S. Structural Holes: The Social Structure of Competition. – Cambridge: Harvard University Press, 1992.
4. Lin N. Guanxi: A Conceptual Analysis // The Chinese Triangle of Mainland China, Taiwan, and Hong Kong: Comparative Institutional Analysis / Ed. by A. Y. So, N. Lin, D. Poston. – Westport: Greenwood Press, 2001. – P. 159.
5. Hamaguchi E. A Contextual Model of the Japanese: Toward a Methodological Innovation in Japan Studies // Journal of Japanese Studies. – 1985. – Issue 11. – № 2. – P. 311.
6. Lin N. Guanxi: A Conceptual Analysis. – P. 153.
7. Coleman J. S. Social Capital in the Creation of Human Capital // American Journal of Sociology. – 1988. – № 94. – P. 98.
8. Lin N. Social Capital: A Theory of Social Structure and Action. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – P. 24–25.
9. Hamaguchi E. Op. cit. – P. 311.
10. Lin N. Guanxi: A Conceptual Analysis. – P. 161.

Juliy Stavropolsky,
Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor at the chair of general and social psychology, Saratov State University, Saratov
StJulius@yandex.ru

ISSN 2304-120X
07
9 772304 120142

Sociological theories of social action in Japan and China

Abstract. The author deals with such concepts, as "aydagara", "en" and "guanxi", which could not become universal sociological concepts for public relations characteristics, and the concept “social capital” could. This general question can be divided into two more specific issues related to the demand for sociological concepts and with their proposal.

Key words: social capital, social relations, concept, theory, sociology.

References

1. Putnam, R.D. (1993) *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton (in English).
2. Grootaert, C. & Bastelaer T. van (eds.) (2002) *Understanding and Measuring Social Capital: A Multi-Disciplinary Tool for Practitioners*, D.C. The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank, Washington (in English).
3. Burt, R.S. (1992) Structural Holes: The Social Structure of Competition, Harvard University Press, Cambridge (in English).
4. Lin, N. (2001) “Guanxi: A Conceptual Analysis”, in So, A.Y., Lin, N. & Poston D. (eds.) *The Chinese Triangle of Mainland China, Taiwan, and Hong Kong: Comparative Institutional Analysis*, Greenwood Press, Westport , p. 159 (in English).
5. Hamaguchi, E. (1985) “A Contextual Model of the Japanese: Toward a Methodological Innovation in Japan Studies”, *Journal of Japanese Studies*, issue 11, № 2, p. 311 (in English).
6. Lin, N. (2001) Guanxi: A Conceptual Analysis, p. 153 (in English).
7. Coleman, J.S. (1988) “Social Capital in the Creation of Human Capital”, *American Journal of Sociology*, № 94, p. 98 (in English).
8. Lin, N. (2001) *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*, Cambridge University Press, Cambridge, p. 24–25 (in English).
9. Hamaguchi, E. (1985) Op. cit, p. 311 (in English).
10. Lin, N. (2001) Guanxi: A Conceptual Analysis, p. 161 (in English).

Рекомендовано к публикации:
Горевым П. М., кандидатом педагогических наук, главным редактором журнала «Концепт»