

Е. В. Харитонова<sup>1</sup>

### ПОНЯТИЕ «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ» В КОНТЕКСТЕ ДИАЛОГА КУЛЬТУР<sup>2</sup>

Неотъемлемой частью диалога культур является диалог культур бизнеса («деловых культур»). Деловые взаимоотношения между странами развиваются в форме диалога деловых культур, специфика которых определяется особенностями цивилизации и культуры этих стран. Мы рассматриваем социальную ответственность бизнеса, или корпоративную социальную ответственность, как одну из важнейших характеристик современной деловой культуры. В международном понимании корпоративная социальная ответственность трактуется как «добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума»<sup>3</sup>.

В наши дни достаточно много внимания уделяется социальной ответственности бизнеса перед обществом как компоненте внутренней социальной политики государства. В предлагаемом докладе социальная ответственность бизнеса рассматривается как элемент межкультурного диалога и как фактор развития взаимопонимания и эффективного партнерства в системе международных отношений, а именно — в отношениях России и стран африканского континента, которые также обладают собственными деловыми культурами, непосредственно связанными с общим культурно-историческим контекстом этих стран. В последние годы российские компании активно выходят на африканские рынки и в связи с этим ищут формы диалога и эффективного партнерства со странами континента. В Африке старшее поколение воспринимает Россию как правопреемницу СССР и относится к ней

как к социально-справедливому государству, которое помогало странам Африки в национально-освободительной борьбе и в борьбе за социальную справедливость. Вместе с тем, в Африке, где велика доля людей молодого возраста, воспоминания об СССР актуальны далеко не для всех. Многие там даже не понимают, что современная Россия — это совсем другое государство, которому предстоит пройти путь, в результате которого оно сможет де-факто считаться «социальным». В условиях постсоветского реформирования России в 1990-е годы была демонтирована не только советская модель социализма, но и существовавшая в СССР авторитарная модель социального государства. При всех своих недостатках оно обеспечивало совершенно определенные социальные гарантии и стандарты уровня жизни, которые были утрачены с началом реформ 1990-х годов. Россия де-юре является социальным государством, что официально зафиксировано в ст. 7 Конституции РФ: «Российская Федерация — социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека». Однако де-факто правильнее было бы назвать Россию страной, вставшей на путь строительства социального государства. В процессе освобождения российского общества от тотального вмешательства государства по инерции снижена социальная роль государственности, то есть российское государство впало в другую крайность, на время оставив гражданина один на один со стихией рынка. Таким было положение в современной «постперестроечной» России. В настоящее время благодаря принятию и реализации ряда социальных программ ситуация начинает выправляться. Вместе с тем, России еще предстоит пройти путь превращения концептуальной модели, основанной на нормах, в практическую модель социального государства. Все это, в свою очередь, повлияло и на деловую культуру в современной России, на представления представителей российского бизнеса о «правильных» формах социальной ответственности.

<sup>1</sup> Старший научный сотрудник Центра цивилизационных и региональных исследований Института Африки РАН (Москва), кандидат психологических наук, доцент.

В мировой практике разработано и функционирует несколько моделей социальной ответственности бизнеса: англо-американская (англосаксонская), европейская, смешанная.

*Англо-американская модель* социальной ответственности бизнеса перед обществом ограничивается созданием рабочих мест и обеспечивает эффективность их использования через заработную плату, создание условий труда и выплату высоких налогов. В силу природы англо-американского предпринимательства, основанного на максимальной свободе субъектов, многие сферы общественных отношений остаются до сих пор саморегулируемыми (в том числе сфера трудовых отношений «работник–работодатель» (двухсторонний договор), добровольность медицинского страхования и т. д.). В то же время в США, например, выработаны многочисленные механизмы участия бизнеса в социальной поддержке общества через корпоративные фонды, нацеленные на решение разнообразных социальных проблем за счет бизнеса (спонсирование профессионального образования, пенсионных и страховых сфер для персонала). Ответственная социальная деятельность и благотворительность корпораций поощряются соответствующими налоговыми льготами.

В *европейской модели* бизнес платит большие налоги, а государство на эти средства реализует социальные программы для населения. Западноевропейские общества имеют развитые системы денежной помощи; их охват и размеры существенно различаются, однако лишь в немногих странах сформировалась система поддерживаемых государством социальных услуг в том объеме, который наблюдается в скандинавских странах (Швеция, Норвегия, Дания, Финляндия). Такова *скандинавская модель* социального государства и социальной ответственности бизнеса.

Европейская модель социальной ответственности принципиально отличается от американской. Европейский бизнес рассматривает государство как институт, приводящий в исполнение принятые правила поведения, а в США подобное вмешательство государства расценивается как нарушение свободы бизнеса. Если американская модель рассматривает в качестве целей корпоративной социальной ответственности прибыльность и ответственность перед акционерами, то европейская относит к ней дополнительно вопросы ответственности перед работниками и местными сообществами.

В последние годы в связи с развитием крупного бизнеса наиболее популярной в Европе стала *смешанная модель*, или «*корпоративная социальная ответственность*». Эта модель ориентирует бизнес на три сферы проявления социальной инициативы: экономику, занятость и охрану окружающей среды. Во многих европейских странах законодательно закреплено обязательное медицинское страхование, пенсионное регулирование, природоохранная деятельность предприятий.

В *Японии и Южной Корее* широко используют отдельные элементы модели «Бизнес отвечает за

все», в соответствии с которой бизнес предоставляет жилье, поощряет семейные рабочие династии, осуществляет обучение специалистов за счет корпораций, обеспечивает пенсионные выплаты и т. д.<sup>1</sup> Это классический вариант патернализма, который принят и составляет одно из основных конкурентных преимуществ большинства компаний в Японии.

*У российского бизнеса* до сих пор нет четкой ориентации на одну из вышеперечисленных моделей. В ноябре 2004 года в Москве на XIV съезде Российского союза промышленников и предпринимателей была принята «Социальная хартия российского бизнеса», провозгласившая принципы корпоративной социальной ответственности<sup>2</sup>. Однако сейчас мы наблюдаем переход от «хаотической» благотворительности к корпоративной социальной ответственности.

Особое значение вопрос о социальной ответственности бизнеса приобретает в системе международных деловых отношений со странами *Африки*. Африка — континент с огромным количеством острейших социальных проблем, и правильно выбранная форма социальной ответственности работающего там российского бизнеса может быть условием эффективного межкультурного диалога между Россией и странами африканского континента.

Нами было проведено исследование, позволяющее определить, какую форму социальной ответственности бизнеса предпочитают в африканских странах. Одновременно изучались реальные предпочтения работающего в Африке российского бизнеса.

Мы дополнили список из трех вышеназванных классических моделей социальной ответственности бизнеса: англосаксонская («Ответственность бизнеса должна ограничиваться уплатой налогов, созданием рабочих мест, выплатой заработной платы и соблюдением условий труда»); скандинавская («Бизнес должен успешно вести дела и исправно платить высокие налоги, а государство — эффективно распределять эти налоги, в том числе на социальные нужды») и смешанная социально ориентированная модель («Бизнес должен быть социально ориентированным и участвовать в социальных и благотворительных проектах»). Дополнительные: модель «социальной справедливости», отражающая полный контроль бизнеса со стороны общества; *асоциальная* — жестко-прагматическая модель, ориентированная на интересы бизнеса и противопоставляющая бизнес обществу; *сверхнормативная*, или «меценатская» модель, основанная на личной инициативе представителей бизнеса и де-факто исключая государственное регулирование взаимодействия бизнеса и общества.

*Результаты.* Африканцы предпочитают «социально справедливую» («подконтрольную») модель социальной ответственности бизнеса, в наибольшей степени отражающую мечту о социальной справедливости, в соответствии с которой бизнес подконтролен общественности и отвечает ее ин-

<sup>1</sup> См. подробнее: Андрунакиевич А. Н. Социальная ответственность бизнеса: теория и российская практика // Государственное управление : электронный вестник. 2008. Вып. 15.

<sup>2</sup> Позиции РСПП : сборник документов. М., 2006.

тересам. На втором месте — социально ориентированная смешанная модель: «Бизнес должен помогать тем, кто нуждается, и делиться богатством, избегать несправедливости, когда большие акулы получают больше, чем трудолюбивые работники». Единогласно отвергаемая — «асоциальная» прагматическая модель, де-факто не имеющая отношения к социальной ответственности бизнеса (именно эту модель предпочли представители работающего в Африке крупного российского бизнеса!). Африканцы отвергли также классические англосаксонскую и скандинавскую модели, объяснив это тем, что «бизнес должен делать больше, чем просто платить налоги и создавать рабочие места». Эти модели далеки от представлений африканского населения о социальной справедливости. Это ценная информация для переговоров — понимая социальные представления населения, мы можем вести диалог на уровне системы ценностей страны-партнера.

*Российский бизнес.* Мы получили результаты, которые вводят нас в проблемную зону диалога с африканскими партнерами, в зону непонимания и рассогласования интересов. За редким исключением, опрошенные российские бизнесмены выбрали асоциальную прагматическую модель, а также

сверхнормативную, где сам бизнесмен принимает решение о благотворительности и социальной помощи незащищенным социальным группам и конкретным людям. На последние места единогласно были поставлены скандинавская модель, связанная с высокими налогами и выраженной ролью государства, а также предпочитаемая африканцами социально справедливая модель полной прозрачности и подконтрольности бизнеса.

По мнению африканцев, иностранный бизнес, приходящий в Африку, обязан включаться в решение социальных проблем африканских стран и таким образом «оплачивать» возможность вести бизнес в Африке и иметь доступ к ее ресурсам. Деловые отношения между Россией и Африкой строятся в форме диалога, цель которого — поиск точек соприкосновения и основ для сотрудничества, которое будет соответствовать как нашим стратегическим и геополитическим интересам, так и логике «африканского развития». Российскому бизнесу, идущему в Африку, следует представлять, насколько болезненными являются там вопросы, связанные с социальной сферой, и переосмыслить представления о социальной ответственности как компоненте межкультурного диалога.