

Михаил Делягин, директор Института проблем глобализации, д.э.н.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: «ХИМЕРА, ИМЕНУЕМАЯ СОВЕСТЬЮ»?

Зачем акулам этика?

Бизнес – это машинка для извлечения прибыли.

Все остальное – второстепенные детали.

Вы можете расписать танк под хохлому или под гжель, можете увить его розами или украсить двумя дюжинами полуобнаженных «девушек “Плейбой”», - танк от этого не изменится: он останется грозной боевой машиной, предназначенной для эффективного уничтожения живой силы и техники на поле беспощадного боя.

Бизнес может ходить во фраках или зипунах, рассуждать о высоких материях или ковырять в носу, коллекционировать классическую живопись или пойманных на себе блох, - его суть от этого не меняется.

И законы, и государственное регулирование, и колоссальный аппарат насилия и принуждения нужны обществу прежде всего для того, чтобы направить неукротимую алчность бизнеса, его жажду и умение беспощадно и эффективно выжимать прибыль из всего, что попадаете ему на глаза, в безопасном, а в идеале – и полезном для всего общества направлении.

И это совсем не простая задача, решение которой даже в самых законопослушных обществах, как вам подробно разъяснит почти любой практик государственного управления, отнюдь не сводится к уточнению писанных законов.

Казалось бы, как говорил незабвенный Доренко по чуть-чуть иному поводу, при чем здесь этика? Она совершенно явно имеет к бизнесу не большее отношение, чем гламурные модельки или розовые котята к боевому танку.

Однако жизнь устроена значительно сложнее, чем кажется мыслителям.

«Понять – значит упростить»: оказывается, это было сказано задолго до Стругацких. Понимая почти любое явление, мы обычно делаем это за счет игнорирования его деталей, незначущих в момент познания, но способных стать исключительно важными на следующем же витке исторического развития.

Вспомним, откуда взялось в царской России столь рекламируемое либеральными историками понятие «честное купеческое слово»?

Оно было порождено, выражаясь современным языком, продажностью и неэффективностью судов, - кстати, существенно усугубленной либеральными реформами Александра II Освободителя. Найти в царских судах правду, защитить свои интересы против высокопоставленного или богатого обидчика было едва ли не так же сложно, как в современных российских. И бесправие слабых весьма существенно ограничивало коммерческие возможности сильных: опасаясь безнаказанного обмана, с ними просто боялись связываться, - лишая их вполне очевидных прибылей. В результате не православная церковь, не государственный контроль и даже не собственная растревоженная писателями-интеллигентами совесть, но голая коммерческая необходимость вынудила купцов к созданию взамен неэффективной судебной системы собственного института обеспечения морали и деловой этики: «честного купеческого слова», нарушение которого означало в ряде случаев (конечно же, далеко не всегда) социальное самоубийство.

Другой пример - староверы и старообрядцы. Мягко говоря, не поощряемые царскими властями (от предпетровской Софьи до Николая Последнего), они, несмотря на это, составили коммерческую элиту России. Конечно, ограниченность возможностей (на госслужбе на них в лучшем случае смотрели косо, да и сами они не рвались служить гонителям, а многие сферы деятельности - например, наука, - не приветствовались их верой) объективно толкали их представителей прежде всего в коммерцию, а внутренняя солидарность и сплоченность помогали бизнесу, но главная причина исторического успеха была все та же: запрет на ложь чужим.

Слово старовера и старообрядца, помнящего свои корни, до сих пор весит в неформальных отношениях значительно больше, чем слово обычного человека, склонного прощать себе многие пороки. В деловой сфере нет ничего более ценного, чем иметь надежного партнера, который расшибется в лепешку, но выполнит однажды данное обещание. Именно за это, кстати говоря, бизнесмены «враждебного капиталистического окружения» с 20-х годов ценили Советский Союз и дорожили налаженными связями с ним.

Таким образом, мораль и этика окупается, - и отнюдь не только в таких неправовых системах, как царская и современная Россия.

В США, например, суд на деле является реальной верховной властью страны. Практика показала, что он способен лишить власти даже президента, - отменив тем самым волю всего избравшего того американского народа.

И тем не менее и в США огромным и экономическим, и политическим влиянием обладает вполне тоталитарная (по крайней мере, по нашим представлениям) секта мормонов. Ее представитель -

Ромни – вполне может стать следующим президентом США, но, даже если это и случится, ее реальное влияние увеличится от этого во многом символического акта не слишком существенно.

Чем вызвано влияние мормонов, помимо внутренней спаянности, солидарности и тщательного контроля друг за другом, характерного для многих сект? Ответ прост: надежностью ее членов для посторонних, что отнюдь не свойственно не только современной Америке, но и американской культуре как таковой.

В США, несмотря на всю голливудскую пропаганду, особенностью национальной культуры является необязательность исполнения обещаний. Это проявляется не только в отношениях с нашей страной, но в расчетах друг с другом: без жесткого принуждения Вам не отдадут ни одного заработанного Вами цента. Даже учебники по малому бизнесу в подробностях разъясняют, что главной его проблемой является не поиск потребителя, но получение от этого потребителя оплаты за уже сделанную и принятую заказчиком работу. И суды, как и в царской России, несмотря на свою объективность, не способны преодолеть эту национальную особенность, но лишь несколько компенсируют ее: если Вы потратите деньги на доведение судебного процесса до конца, - Вы получите свои деньги. Но далеко не всегда это окажется для Вас выгодно.

В этих условиях честность мормонов по отношению к чужим для них людям (разумеется, тоже не безукоризненная, но выделяющая их из общей массы) оказывается фантастическим конкурентным преимуществом.

Помимо этого, мормонам запрещено также пить, употреблять наркотики и прелюбодействовать (что компенсируется разрешением многоженства): это резко ограничивает возможности сбора компромата на них и, соответственно, делает их более надежными сотрудниками любой системы.

Таким образом, мораль и этика в аморальной принципиально, по самому своему целеполаганию рыночной среде оказывается колоссальным конкурентным преимуществом, - даже в таких разных обществах, как российское и американское.

И быть честным оказывается выгодно не только при наличии хорошего государственного регулирования, но и практически в любых мало-мальски стабильных условиях.

**«Социальная ответственность» как неэффективное,
но порой полезное вымогательство**

Разобравшись с коммерческой выгодой этики, пойдем дальше: к социальной ответственности бизнеса. В нашей стране этот термин давно уже понимается – разумеется, «на земле», а не в трескучей

официальной пропаганде или корпоративной аналитике, - как слегка завуалированная форма вымогательства. Мол, дорогие бизнесмены: оплатите, пожалуйста, расходы на социальные нужды, которые мы, чиновники, то ли украли, то ли – в лучшем случае - по своей безграмотности и равнодушию своевременно не предусмотрели.

После того, как в 90-е годы государство было приватизировано вместе с наиболее привлекательными заводами, в 2000-е годы маятник качнулся в другую сторону: полного и беспрекословного подчинения бизнеса власти.

В результате предприниматели в полной мере ощутили себя не «хозяевами страны» и даже не источником развития общества (что было бы правильным), но аналогом дойной коровы.

Многие из них научились ценить такое положение. В самом деле: дойную корову кормят, ее крайне редко бьют и, что особенно актуально в отношениях с правящей бюрократией, почти никогда не режут.

Да: никаких «новых высот» и свершений ей достичь нельзя, – но зато есть гарантия от совсем уже безумного беспредела.

В конце концов, если кто-то из новых хозяев страны захочет отнять Ваш бизнес, Вас об этом сначала попросят – и у Вас будет время либо отдать его, либо убежать из страны, либо (что наиболее разумно) сделать и то, и другое.

Если счесть официальные призывы к «социальной ответственности» искренними, - в этих условиях они производят впечатление неадекватности. Ведь даже жесточайшая эксплуатация работников, свойственная сегодняшней России, вызвана не только алчностью и моральным разложением «предпринимателей», но и их страхом за свою жизнь, и необходимостью платить огромные неформальные налоги (регулярность и обыденность которых не позволяет именовать их вульгарным термином «взятка»).

Это нормальная феодальная система, основанная на праве силы, - и, возможно, регресс России вскоре приведет нас и к рабовладению (по крайней мере, гастарбайтеры в ряде случаев находятся на положении рабов).

Но обращение к участникам этой системы с призывами из совершенно не соответствующего ей то ли коммунистического, то ли капиталистического лексикона выглядит примерно так же адекватно, как и призывы к углублению социалистической морали в адрес заключенных советских лагерей.

При этом расходы бизнеса, осуществляемые в рамках «социальной ответственности», как правило, оказываются неэффективными с точки зрения общества, причем эта неэффективность часто вызывает даже глухое раздражение.

В самом деле: разложение государства (естественное следствие его глубокой коррумпированности) проявляется, среди прочего, в категорическом нежелании управленцев всех уровней по-сталински вникать в детали, оценивать и анализировать приоритеты, выявлять необходимое и отсекают избыточное. В результате задания «социально ответственному» бизнесу ставятся в предельно общей форме: строить больницы, обустраивать детские площадки, ремонтировать стадионы.

А бизнес просто в силу своих функций не способен изучить социальную ситуацию в соответствующем регионе и оценить, что тому надо на самом деле. Да ему и не нужна такая оценка, ибо его задача в рамках пресловутой «социальной ответственности» - утешить правящую бюрократию, продемонстрировать свою покорность и преданность, а не решить какую-либо реальную социальную проблему. В результате его деятельность во многом носит фиктивно-демонстративный характер и оказывается либо неэффективной с точки зрения потраченных сил и средств, либо просто бесполезной для населения, которое оказывается чужим на «социальной свадьбе» олигархов и коррупционеров.

Стоит особо оговорить, что эта негативная ситуация наблюдается даже в идеальном случае – в ситуации, когда бизнес не пытается нажиться или подворовать на собственных вынужденных тратах в рамках навязанной ему «социальной ответственности».

Вместе с тем в целом ряде случаев эти мероприятия, конечно, оказываются весьма полезными. В начале 2000-х одна из малых нефтяных компаний восстановила испорченные отношения с местными властями, выплачивая всем круглым отличникам в старших классах города 500 рублей по итогам четверти. Строго говоря, это действие можно считать циничным подкупом, - но мне приходилось встречать и студентов, и молодых специалистов, которые именно благодаря стремлению к этим небольшим деньгам стали не хулиганами, а ответственными и полезными членами общества.

И нормализация материального положения многих детских домов (по крайней мере, Центральной России) тоже является заслугой бизнеса (часто даже небольшого) и позитивным результатом его «социальной ответственности», - хотя эта ответственность компенсирует преступное равнодушие чиновников соответствующих ведомств, обеспечивая его безнаказанность.

Взятка обществу: искупление зависти

Вместе с тем превращение «социальной ответственности» в одну из форм вымогательства (в которой его жертва принуждается еще и к проявлению инициативы в выборе форм оплаты своих под-

разумеваемых обязательств) является безусловной спецификой российского общества. В самом деле: это ведь только у нас коррупция все больше производит впечатление незыблемой основы, краеугольного камня всего государственного устройства.

Между тем «социальная ответственность» стала глобальной модой, войдя в мировые «правила игры» из развитых и фешенебельных стран, в которых коррупция не только считается, но и на деле является преступлением, а отнюдь не основным инструментом государственного управления и базовой формой существования государственности.

Причина этого заключается в естественной зависти и вражде, порождаемой в обществах неравенством. Развитие глобального спекулятивного бизнеса способствует взрывообразному росту неравенства в США, по крайней мере, с начала 80-х годов. За ними тянутся и остальные развитые страны, хотя и с разной скоростью. Рост неравенства неизбежно вызывает зависть и враждебность к богатым, - и «социальная ответственность» бизнеса стала эффективным инструментом, позволяющим ослабить, а то и временно нейтрализовать эти опасные для «хозяев жизни» классовые чувства.

Это действенный инструмент: напивающаяся до недержания на разнообразных «днях пива» молодежь вместе с бесплатными развлечениями приобретает длительный иммунитет к размышлениям как о норме прибыли производителей и продавцов пива, так и о вредности его чрезмерного потребления.

Задумавшемся о будущем своей (дружно ненавидимой тогдашним обществом) семьи американскому «барону-разбойнику» от бизнеса его пиарщик в конце XIX века посоветовал давать каждому встреченному на улице ребенку 10 центов. Руководители российских фирмочек, ютящихся в подвалах жилых домов, с трогательным старанием красят во дворах скамеечки и бордюры, сажают цветочки, а иногда даже сооружают детские площадки, - ровно по этой же причине.

Правда, в нашей стране стремление наладить отношения с местным сообществом имеет более глубокие корни, чем «грабительский характер первоначального накопления» (ставшего основной и вполне устойчивой формой существования российского бизнеса) и стремление компенсировать психологические последствия чрезмерного социального неравенства.

Дело в том, что основой трудовой мотивации нашего общества, исторически сложившегося в форме соседской общины (разрушить которую не удалось не то что Столыпину, но даже Сталину, - о нынешних можно и не вспоминать), являются не деньги, воспринимаемые всего лишь как подтверждение справедливости миро-

устройства, но добрые отношения с соседями. Исторически так сложилось по вполне прозаичным причинам: если отношения будут не вполне добрыми, сосед пустит Вам «красного петуха», - и Вы, если и уцелеете, пойдете по миру. Впечатанная в нас генетическая память о гражданской войне, коллективизации, терроре, Великой Отечественной и репрессиях закрепила этот стереотип: если у Вас не сложатся отношения с соседями, – они напишут донос.

В результате высшей мотивационной ценностью становится одобрение соседей, круг которых в век беспорядочных Интернет-коммуникаций оказывается довольно широк и размыт. И для нормального самочувствия, для ощущения пусть даже и зыбкой, и временной, но все же безопасности носителям русской культуры оказывается крайне важно заручиться надежным одобрением соседей – круг которых совершенно неожиданно для активной части общества расширился с собственного двора (или даже лестничной клетки) до всей по-прежнему, несмотря на все усилия либеральных фундаменталистов, необъятной страны.

И «социальная ответственность», тысячу раз противоестественная для бизнесмена как бизнесмена (ограниченного зарабатыванием денег), оказывается важнейшим инструментом его социализации, тяга к которой у человека, являющегося «общественным животным», в общем случае носит абсолютный характер.

Искупление грехов: долг перед обществом

Погрузившись в особенности национальных культур, не стоит забывать и о единых для всех, в прямом смысле общечеловеческих нормах.

Богатый человек лучше всех остальных, вместе взятых, знает, как он разбогател, - и формула одного из миллиардеров «я могу рассказать о происхождении всех своих денег, кроме первого миллиона» гнетет значительно больше людей, чем кажется одержимым классовой ненавистью протестантам.

По мере развития успешного бизнеса добросовестность по отношению к собственному обществу становится одной из ценностей большинства нормальных людей: такова природа человека. И, даже не сознавая, а всего лишь смутно ощущая свою старую вину (в том числе яростно отрицая ее на словах!), обеспеченный человек неосознанно тянется к ее искуплению.

Именно «обеспеченный» - ибо это касается не только богатых, но «среднего класса», и даже подражающих ему бедняков, захлестнутых модой на волонтерство и благотворительность не только в развитых странах, но и по всему миру.

Хотя богатые более заметны: как в силу значительно больших личных расходов, так и в силу возможностей рекламы своей деятельности. Но подчеркнем еще раз: реклама, действительно являясь одним из двигателей «социальной ответственности», ни в коей мере не является основной причиной ее победоносного шествия по миру бизнеса.

Один из моих богатых знакомых очень спокойно относится к тому, что его жена каждое воскресенье ехала на метро в центр и раздавала тысячу долларов в качестве милостыни разнообразным нищим. В конце концов я не выдержал и поинтересовался, понимает ли этот вполне грамотный, жесткий в переговорах и весьма рациональный в тратах бизнесмен, что его жена в силу своей очевидной наивности не столько помогает страждущим, сколько кормит чужой бизнес, причем аморальный, - бизнес профессиональных попрошаек. Никогда не забуду извиняющуюся улыбку, с которой этот человек, совместимый с понятием совести примерно так же, как гестапо с государством Израиль (по крайней мере, по моим представлениям), произнес: «Ну, должен же я платить своей стране хоть какие-то налоги».

Сенсорное голодание

Важной причиной взрывного роста популярности благотворительности, - а «социальная ответственность» бизнеса является, безусловно, одной из ее форм, - представляется массовое сенсорное голодание, дефицит новых чувств и эмоций, вызванное, как представляется, прежде всего широким распространением информационных технологий.

Как и любое поколение, переживающее технологическую революцию, мы склонны недооценивать, а чаще всего и вовсе не замечать ее социальных последствий, - просто потому, что скорость социальных изменений значительно ниже скорости обновления технологий и на их фоне попросту не воспринимается нашими органами чувств.

Между тем социальные изменения колоссальны.

В частности, индустриальные технологии с их жесткой эксплуатацией людей и их психическим изматыванием из-за включенности в рамки внешнего для них и чуждого им производственного процесса порождали массовый дефицит человеческого общения. Способы преодоления этого дефицита были разнообразны, - от массовых политических партий до клубов филателистов и сельских дискотек, - однако самоорганизация человеческих коллективов по всему миру неосознанно преследовала именно задачу восполнения этого, главного для тогдашнего человечества дефицита.

Информационные технологии, как представляется, практически решили ее: в любом состоянии, из любой придорожной канавы (не говоря уже о пятизвездочном отеле) можно зайти в чат и вдоволь пообщаться с кем угодно и о чем угодно.

На смену главного дефицита «главной роскоши» уходящей эпохи – человеческого общения – информационные технологии несут совершенно иной дефицит: дефицит новых впечатлений, чувств и эмоций.

Сенсорное голодание, еще совсем недавно бывшее уделом заключенных и руководителей, овладевает хрупкими нервными системами сотен миллионов офисных менеджеров и иных пользователей Интернета.

Сенсорное голодание властно требует постоянного разнообразия деятельности. Повторяя вслед за забытым ими (или вовсе неизвестным им Лермонтовым) «и предков скучны нам роскошные забавы, их добросовестный, ребяческий разврат» богатые люди вместе с подражающим им «средним классом» стремятся всеми силами разнообразить свою жизнь. И благотворительность, усилия в рамках бесконечно разнообразной «социальной ответственности» занимают в списке их действий свое почетное место (наряду с флеш-мобами, коллективными играми от «Энкаутера» и Интернет-вселенных до свинга и турпоездками).

Моя злая рука чуть не написала вместо «действий» слово «развлечений». Действительно: не только с патриархально-крестьянской, но и с уходящей в историю индустриальной точки зрения эти усилия – не более чем развлечения, блажь бесящихся с жиру обеспеченных горожан. Однако этот подход, как и всякий плод себялюбивой ограниченности, нежелания побыть в чужой шкуре, неверен: сенсорное голодание действительно выглядит постыдно на фоне голодания настоящего, - но для страдающего от него является отнюдь не менее мощным, не менее действенным, не менее всеобъемлющим стимулом.

Можно, конечно, говорить о нем и высокие слова о «вечном голоде духа», - однако резкое расширение круга охваченных этим видом голода по сравнению не только с библейскими временами, но даже и с началом 2000-х годов заставляет искать, - а значит, и находить – материальные причины этого воодушевляющего многих духовного феномена.

«Социальная ответственность» бизнеса:

костыли для агонизирующего государства

Изложенное объясняет популярность «социальной ответственности» в бизнес-среде и разложенных, коррумпированных (и при

этом стремящихся к поддержанию стабильности, что исключает режимы, подобные тонтон-макутам) государствах вроде современного российского.

Однако мы видим тщательно продуманную, комплексную и весьма эффективную систему стимулирования «социальной ответственности» бизнеса и во вполне благополучных и эффективных развитых государствах, причем эту систему далеко не всегда можно объяснить лоббированием крупных бизнесменов, стремящихся к увековечиванию доброй памяти о себе.

Зачем «социальная ответственность» бизнеса нужна эффективному государству?

Затем, что все познается в сравнении, - и эта особенность является одним из фундаментальных ограничений познания как такового.

Государства, выглядящие весьма эффективными на фоне, например, современного российского государства, как правило, отнюдь не кажутся таковыми их собственным обществам.

«Каждый кулик хает свое болото»: потому что лучше его знает. А государство, – просто в силу своего внутреннего устройства, окостенелости, невозможности повсеместного «бюджетирования по результату» из-за неопределенности самого этого результата, - само по себе неэффективно. В этом либертарианцы и анархисты правы: они просто тактично умалчивают, что необходимую для общества, но непосильную для него работу, возлагаемую им на государство, лучше сделать неэффективно, чем не сделать вовсе.

Почти всякое успешное общество раздражено своим государством и подозрительно в его отношении. В условиях даже несовершенной демократии это «чувство вины» передается и самому государству, - и оно ищет способы исправления.

Одним из них и оказывается разностороннее (налоговое, пропагандистское, административное) стимулирование «социальной ответственности» бизнеса. Строго говоря, оно оказывается частным случаем делегирования ответственности: государство сознает ограниченность своих управленческих возможностей и понимает, что может одновременно решать далеко не все проблемы, которые общество считает значимыми. Поэтому государство концентрируется только на ключевых с его точки зрения проблемах, отдавая решение остальных на своего рода неформальный аутсорсинг «социально ответственному» бизнесу.

Актуальность этого подхода, как и иных компенсаторных мер (например, открытых Интернет-обсуждений второстепенных государственных решений), существенно возрастает благодаря общему кризису современного общественного управления, в первую очередь

проявляющемуся, разумеется, именно в государственном управлении.

Причина этого кризиса, как и многих других, заключается в смене технологий. Распространение информационных технологий делает несостоятельными сегодняшние системы управления, порожденные индустриальными технологиями. Ситуация усугубляется и более масштабным переходом: широкое распространение технологий формирования сознания меняет сам вектор человеческого развития, переориентируя его с изменения окружающей среды на изменение ее восприятия. Сложившиеся во вчерашней реальности системы управления вынуждены использовать технологии формирования сознания просто в силу их максимальной эффективности, - но не соответствуют им и органически не способны справиться с их растущими побочными эффектами, все более напоминая хрестоматийную обезьяну с гранатой.

Ощущая снижение своей эффективности, системы государственного управления пытаются если и не решить, то хотя бы смягчить проблему интенсификацией компенсаторных механизмов, - в том числе и стимулированием «социальной ответственности» бизнеса.

X X X

Таким образом, «социальная ответственность» бизнеса и его этичность оказываются не только выгодными для него с сугубо коммерческой точки зрения, но и необходимыми с точки зрения личности, государства и общества.

Принципиально важно не забыть за всеми этими констатациями того самоочевидного факта, что «социальная ответственность» и этика в принципе не способны компенсировать базовой, фундаментальной несправедливости общества, основанного на сугубо рыночных отношениях.

Как ни горько это сознавать, это лишь второстепенные, частичные и заведомо недостаточные в силу своей второстепенности компенсаторные механизмы. Исправление же несправедливости и созидание гуманистического общества, более полно соответствующего человеческой природе, требует значительно более кардинальных изменений общественного устройства.

*Впервые опубликовано в журнале «Однако» #10 (119) 2012.
Публикуется на www.intelros.ru по согласованию с автором*