

© 2010 г. В.А. Тер-Акопян

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОБЛЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО АУДИТА

Рассмотрены теоретико-методологические подходы к проблеме социального аудита. Автор рассматривает преимущества и недостатки основных теорий и приходит к выводу о перспективности теории общественного капитала, так как в таком случае социальный аудит объясняется логикой саморазвития корпорации, а не внешними социальными обстоятельствами.

Ключевые слова: социальный аудит, социальное партнерство, социологический постмодернизм

Основная цель социального аудита - развитие не только контактов с местным сообществом, где находится конкретная бизнес-структура, не только социальный имидж компании, но и системный контроль и рекомендации по совершенствованию социальной респонсивности экономики. А значит нельзя сводить социальную ответственность компаний бизнес-сообщества к налоговой политике или ликвидации экологических издержек производства. Реально социальный аудит является системой мониторинга таких направлений бизнес-структур, как социально-мотивационная политика, социальные инвестиции, решение проблем развития местных сообществ. В то же время такая расширительная трактовка фактически перекладывает на бизнес-структуры те задачи, которые призваны реализовать органы государственной власти и местного самоуправления.

Согласно теории социологического реализма (Э. Дюркгейм), отношения индивидов в обществе истолковываются как отношения ассоциаций, и социальный аудит может рассматриваться как результат усложнения социальной жизни, как процесс деятельности и становления системы взаимной проверки и контроля, к тому же отвечающей критерию рациональности. В концепции М. Вебера социальный аудит, с одной стороны, согласуется с общей направленностью рационализации общественных отношений, а с другой - вытекает

из осмысленности действий индивидов на целерациональном уровне. Вероятно, по Веберу, категория социального аудита фиксирует выделение определенных элементов действительности, связанных с перерастанием социальной филантропии из индивидуальной морально-регламентируемой, мотивируемой морально-нравственными принципами деятельности, основанной на субъективных побуждениях отдельных собственников, к определенным эмпирическим обобщениям, выявляющим массовые практики социально ответственного поведения.

Что такое социально ответственное поведение в рамках классификации поведения М. Вебера? Если в отношении ценностно-рационального поведения можно выделять преимущественно субъективную мотивацию, то в социальном аудите превалирует ориентация на другого. Важно, что Вебер закладывает такое отношение к социальному аудиту, которое позволяет отделять его от легитимации социального давления государства и общества, как органически целого по сравнению с отдельной корпорацией. И социальный аудит со стороны корпорации является таким же видом совместных действий, как и действие ассоциаций, выступающих от имени общества и государства. Следовательно, можно сказать, что европейская традиция социального аудита ориентирует на возникновение совместных взаимных ожиданий в обществе. И это связано с тем, что экономический человек представляется слишком упрощенной моделью. Также нельзя в оценке социального аудита исходить из индивидуального интереса. Скорее, социальный аудит в практике компаний опровергает модель одномерного человека, при этом проблематизируя признание социального аудита отдельными индивидами. Если исходить из веберовской концепции, социальный аудит не может быть ценностно-рациональным действием, потому что несет в себе экспликацию и прогнозирование предметных последствий, связан с возможностью просчета как убытков, так и прибылей от деятельности компании.

Описанная Вебером классификация социального действия предполагает, что для социального аудита необходима подготовка определенных условий, среди которых следует назвать как наличие кадров, имеющих достаточный образовательный уровень и репутационный капитал, так и интерес индивидов (населения) к социальному аудиту, предполагающий непосредственно позитивный резонанс не только для работников отдельных компаний, но и

для общества в целом. Исходя из того, что современные управленцы лишены и, собственно, не нуждаются в харизме, рост их влияния можно связать с социальным аудитом, демонстрацией социальной компетентности и ответственности, что раздвигает рамки управления и переводит в режим, по выражению П. Дракера, управления людьми. В классической социологии методология социального аудита складывается под влиянием двух полярных концепций: замена социологического номинализма и реализма. В понимании социального аудита, таким образом, возникают в первую очередь субстанциональные проблемы. Хотя загруженность избыточными социологическими смыслами приводит к тому, что практика социального аудита базируется на количественных измерениях, далеких от социологической интерпретации. Классическая социологическая теория определяет общество как модель социального прогресса, в результате чего социальный аудит не может быть самостоятельным явлением и иметь конституирующее значение в формировании отношений между различными социальными и экономическими субъектами. Возможно, структурный функционализм, сохраняя барьеры социологической классики, рассматривает социальный аудит с позитивной стороны, видя в нем один из возможных способов достижения социального согласия, соответствия между экономической (адаптивной) политической и социетальной сферами. В таком контексте государство выступает как естественный проводник политики социального аудита и задает нормативный порядок в этом процессе.

Не повторяя известные критические аргументы о неспособности структурного функционализма рассматривать изменения как следствие социального конфликта, основное замечание состоит в том, что нет повода утверждать, что структурный функционализм избегает сложностей социального аудита и не учитывает возможную рассогласованность действий и социальные риски. Рассматривая культуру, как определяющую другие системы социального взаимодействия, структурно-функциональный анализ обращает внимание на то, что в основе социального аудита лежат базисные социальные ценности. Отсутствие таковых, как свидетельствует российский опыт, может привести к ограниченному воздействию социального аудита или к его неполной легитимации. Ясно, что в классической социологии социальный аудит не достигает общетеоретического статуса, однако нельзя с уверенностью говорить о том,

что ему придается операциональность, возможность эмпирической идентификации. То, что вносит чикагская школа в качестве количественных параметров, является в большей степени признанием постфактум тех результатов, которые по отношению к социальному аудиту выглядят как эконометрическая процедура. Перечислив связанные со структурно-функциональным анализом сложности интерпретации социального аудита, следует отметить, что в социологическом измерении ставятся под сомнение эвристические возможности социального аудита.

Несмотря на взаимосвязь социального аудита и заявленного структурного функционализма, можно с сомнением относиться к разработке концепции социального аудита, предусматривающей объединение операционального и аналитического смыслов. Вероятно, к социальному аудиту более подходит интерпретация в контексте теории интересов. Но и в этом контексте мы сталкиваемся с тем, что социальный аудит можно рассматривать исключительно как канал влияния господствующей группы на группы, занимающие подчиненные позиции.

Постклассическая социология выходит на осмысление социального аудита в ресурсном аспекте как совокупности приемов, способов и процедур, которые используются для сохранения позиций или наращивания собственной мощи. Признается, что социальный аудит не противоречит традиционной цели ни бизнеса, ни государства. С социальным аудитом, напротив, связывается экономический рост, с одной стороны, и укрепление социальной политики государства, с другой. Как же сделать так, чтобы волки были сыты, а овцы – целы? В рамках постклассической социологии проблема социального аудита рассматривается субъектно. Это означает, что для того чтобы пережить "вывалившиеся" на нас проблемы, как отмечает О. Тоффлер, мы должны по-новому взглянуть на устройство наших организаций, рассмотреть те проблемы, с которыми сегодня сталкиваются компании (организационное несоответствие, излишняя вера в вертикальную иерархию, необыкновенная самоуспокоенность). Социальный аудит является той самой процедурой, которая может и поколебать, и изменить отношение к традиционным основам, по следующим причинам. Во-первых, социальный аудит требует перестройки вертикальной структуры, отхода от модели «маленькой управляющей компании» множества функциональных отделов в пользу горизонтальных

связей, в которых каждый работник по логике социальной заинтересованности или соучастия получал бы возможность вносить предложения по совершенствованию и контролю деятельности организации. Во-вторых, вертикальная иерархия неизбежно распадается под натиском социального аудита хотя бы потому, что по его результатам можно говорить о постоянном обновлении руководящего состава и адаптации к набору ценностей, которые характерны для потребителя. В-третьих, на смену обыкновенной самоуспокоенности приходит осознание постоянного использования не только долгосрочных, но и разовых возможностей.

Социальный аудит требует, чтобы руководители при решении даже сугубо корпоративных (сложных технических, экономических) вопросов учитывали также политические, культурные и социальные аспекты. С социальным аудитом компания получает больше информации, что требует ее своевременной переработки не отдельным руководителем, а целевыми группами. Разнообразие социальной среды, в которой действует корпорация, приводит к выводу О. Тофлера, требует от ее руководства более гибкой и быстрой реакции. Позиция Тофлера носит постановочный характер, что не отменяет самой логики переосмысления социального аудита как объекта социологического анализа. По нашему мнению, главная трудность заключается не в анализе возможностей социального аудита, а в определении "сил", которые могут противостоять социальному аудиту. Если социальный аудит означает прорыв на рынке, достигнутый благодаря выпуску нового продукта, несомненно, нужно учитывать социальную эффективность, способную обеспечить растущую диверсификацию продукции.

Казалось бы, позиция, определяемая сугубо экономическими соображениями, носит социально направленный характер и выступает как объект социального аудита, требующий применения принципиально новых, требующих небольших усовершенствований, направленных и связанных с постоянным социальным мониторингом. Иными словами, социальный аудит становится и рассматривается как процедура, способная привести к коренным изменениям стратегии компании в условиях нестабильности и диверсификации социальной культурной среды. В рамках «новой постиндустриальной волны», наряду с неофункциональным и неинституциональным подходами, существует и реализуется концепция социального доверия, согласно которой

социальный аудит заменяет иерархическую организационную структуру со своей системой подчиненности и ответственности в условиях экономического успеха, сочетания, синтеза коллективистских и индивидуалистских ценностей. Взаимодействие этих противоположных тенденций, как отмечает Ф. Фукуяма, основано на сочетании традиционного репутационного капитала компаний и современных информационных и социальных технологий. Отсутствие социального аудита препятствует как деверсификации рынка, так и формированию необходимых форм общественной поддержки для деятельности бизнес-сообщества. Существует мнение, что рынок является школой общественного поведения (Ф. Фукуяма). Реально социальный аудит поддерживается и развивается благодаря традициям социальной поддержки в Соединенных Штатах, социальной филантропии в Европе, социальной ответственности. И с этой целью Фукуяма предлагает ввести понятие общественного капитала, который обеспечивает возможность саморегулирования и самоорганизации предприятий, корпораций, системы коммерческих фирм и других объединений.

Выступая формой и мерой, стимулирующей самоорганизацию, социальный аудит, таким образом, определяет границы правового регулирования государства и самоограничения, осуществляемого деятельностью компаний в рамках социальной ответственности. Для этого, правда, необходимо как социально здоровое общество, так и эффективная система государственного управления. Считая, что социальное доверие является общественным капиталом, а социальный аудит той мерой, которая позволяет его преумножить, Фукуяма говорит о социальном аудите как о возможности достичь наилучшие шансы взаимодействия государства, общества и компаний. Правда, из приведенного положения не совсем ясно, каким образом могут быть установлены границы этого взаимодействия, и какими нормами руководствуются субъекты, осуществляющие социальный аудит.

Несмотря на то, что экономическая эффективность и ее результаты являются наиболее очевидными плодами деятельности компании, нельзя быть уверенным в том, что эффективность деятельности компании совпадает с эффективностью для общества. Экономический рост, в конечном счете, ограничен, если не направлен, не ориентирован на качество социальной жизни, если мы говорим не о средствах существования, не о средствах жизни, а о целях

жизни. В заключение следует сказать, что социальный аудит в рамках социологии получает различные интерпретации, и в рамках анализа существующих подходов интерпретируется достаточно широко. Но можно выделить три основных направления: функциональный смысл аудита, социальный аудит в качестве общественного капитала и социальный аудит как признание экономического роста. Каждое из этих определений имеет собственную смысловую нагрузку и в данном диссертационном исследовании мы ориентировались на то, чтобы видеть и не игнорировать ни одну из сторон. На наш взгляд, наибольшей перспективностью обладает теория общественного капитала: во-первых, в таком случае социальный аудит объясняется логикой саморазвития корпорации, а не внешними социальными обстоятельствами. Во-вторых, благодаря концепции общественного капитала, социальному аудиту могут быть подвержены и программы, исходящие от государства, и которые традиционно исключаются из области социального аудита как нерыночные акты. В-третьих, учитываются перспективы развития социального аудита сообразно диверсификации социальной культурной среды, а также гибкость методов и понимание истинной адекватной роли и социальной мотивации в этом процессе.

Евразийский

открытый институт

28 ноября 2010 г.