

Список литературы

1. Антология мировой философии: в 4 т. – М.: Мысль, 1969. Т. 1, ч. 1.
2. Маслов А. А. «Я ничего не скрываю от вас» // Конфуций. Суждения и беседы. Изд. 3-е. – Ростов н/Д: Феникс, 2006.
3. Гусейнов А. А. Великие моралисты. – М.: Республика, 1995.
4. Ясперс К. Смысл и назначение истории. Пер. с нем. 2-е изд. – М.: Республика, 1994.
5. Рассел Б. История западной философии: в 3 кн. 2-е изд., испр. – Новосибирск: Изд-во Новосиб. ун-та, 1997.
6. Аристотель. Сочинения: в 4 т. – М.: Мысль, 1984. Т. 4.
7. Русакова О. Ф. Современная политическая философия: предмет, концепты, дискурс. – Екатеринбург: ИД «Дискурс-Пи», 2012.
8. Лосев А. Ф. Тахо-Годи А. А. Платон. Аристотель. – М.: Молодая гвардия, 1993.

ВОЗМОЖНОСТИ ЭТИКИ В СФЕРЕ БИЗНЕСА. ЭТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА И ЕЕ ОБЪЕКТЫ

Замощанский Иван Игоревич, к.ф.н.,
УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина,
Екатеринбург, Россия

Статья посвящена актуальным проблемам современного бизнеса в области внедрения этических технологий в практику предпринимательской деятельности. Рассматривается специфика этического измерения в сфере бизнеса.

Ключевые слова: социальная самоорганизация, этика бизнеса, гуманитарная экспертиза, этическая экспертиза, социальная технология, предпринимательская культура, корпоративная социальная отчетность.

В современном обществе возникают попытки регуляции и конструирования социальной реальности. Многие исследования в области философского осмысления общества давали возможность понять специфику социальности в их отличии от намерений и установок субъектов социального действия. Социальная реальность в ее повседневном варианте поглощает субъекта, пронизывая его телесность социальными практиками (хабитуализация), его бессознательное – социальными стереотипами и мифами (мифологизация и стереотипизация), деятельность – традициями и технологиями (рутинизация). Исследования феномена социальной власти

привели к пониманию того, что власть не принадлежит индивиду, даже тогда, когда он ее осуществляет. Анонимность власти проявляется на микроуровне – слов и жестов, которые в условиях тотальной социальности никогда не могут быть свободными, но всегда заданы условиями социальности. На практике данные достижения социально-философской мысли позволяют осознать тот факт, что даже самые лучшие намерения участников социальных взаимодействий наталкиваются на функционирование безличной социальной системы, которая осуществляет себя через индивидов как носителей социальности определенного типа. Именно поэтому вполне объяснимы такие явления, как экологически опасное производство, совершенствование оружия, невнятная политика в сфере образования и воспитания, политика с использованием военных действий и т. д.

При этом социально-философские исследования повседневности и социальной реальности с их безличными структурами и всепроникающими дискурсами и практиками дают возможность понять то, как ограничить действие обезличенных структур социального порядка. Тем самым обнаруживает себя особая значимость именно и по преимуществу гуманитарного образования как метода критичного анализа социальной реальности. В современных подходах обозначается то, как можно противостоять идеологизации и мифологизации социального дискурса, даются примеры того, как можно «бороться» против власти так, чтобы не стать одновременно ее инструментом.

Одним из способов анализа социальных аспектов общественной деятельности стала практика гуманитарной экспертизы как часть социального аудита деятельности различных организаций, социальных феноменов в целом [5]. В методологическом отношении гуманитарная экспертиза – это обоснованное экспертное аналитическое заключение по поводу социально и культурно значимого феномена. Традиционно такой деятельностью занималась философия, а затем и весь спектр социальных и гуманитарных наук. Гуманитарная экспертиза может носить характер лингвистический,

культурологический, психологический, социологический. Но базовым и фундаментальным значением выступает гуманитарная экспертиза, основанная на философском знании, как знании сущностном, критичном по отношению к современной культуре. Этическая экспертиза есть метод анализа социальных феноменов через этический инструментарий. Она первоначально зародилась в сфере биомедицинских клинических исследований, экспериментов с участием человека и была призвана показать безопасность исследований для жизни человека или оправданность определенного риска важностью медицинских достижений для общества в целом. Поэтому этическая экспертиза считается предшественницей экспертизы гуманитарной, что на самом деле не так, если брать во внимание, что философия практически с момента своего возникновения представляет собой не что иное, как гуманитарную экспертизу. Если говорить о современном положении дел, то этическая экспертиза обретает свое место как форма социальной технологии и разновидность гуманитарной экспертизы в различных сферах жизни общества. Так, этическая экспертиза возможна по отношению к рекламе, социальным проектам, поведению спортсменов, чиновников, организаций, компаний и т. д. Ее специфическая направленность – это вопросы межличностного взаимодействия участников ситуации и нормы, на которые оно опирается. Этическая экспертиза выносит обоснованную оценку поведения участников и ситуации в целом по поводу той роли, которую сыграл участник, какие последствия данной ситуации возможны для участников и организации, какие возможные санкции применимы к участникам ситуации. В отношении социальных проектов этическая экспертиза возможна как анализ социальной значимости и приемлемости проекта, его целей, средств и последствий реализации.

Вот как оценивается важность этической экспертизы в одной из немногочисленных статей, посвященных этой теме: «...Поскольку мораль – это пространство, в котором взаимодействует каждый из нас, людей, то здесь можно провести следующее сравнение. Допустим, нам нужно оценить

комфорт, обеспечиваемый рядовому пассажиру городского автобуса. ...на этом комфорте будут сказываться не только наличие удобных сидений или приветливость голоса водителя, объявляющего остановки, но и реальное положение на дорогах, в том числе состояние покрытия, скученность/разреженность транспорта, техническое состояние автотранспортного средства, наличие квалифицированного персонала в автопарке, исправность светофоров, профессионализм или произвол действий регулировщиков... Каждое из названных условий существенно влияет на благополучие / неблагополучие и водителя, и интересовавших нас изначально пассажиров. Но вот что сугубо важно. Как пассажир я могу ровным счетом ничего не понимать в принципе действия двигателя внутреннего сгорания, в технологии производства сидений или рессор... Ведь оказываясь пассажирами, мы оцениваем предоставляемый нам комфорт, так сказать, непосредственно, экзистенциально, или, если можно так сказать, на своей шкуре – ощущая ухабы, рытвины дороги, неисправность тормозов или непродуманное количество светофоров...» [2]. По мнению автора, предметом этической экспертизы всегда выступает ситуация межсубъектного общения, где сталкиваются интересы индивидов и социальных групп. Этическая оценка социальной ситуации, проекта, продукта деятельности, их коррекция в соответствии с ней должны стать важнейшим фактором конкуренции в обществе.

Одним из важных факторов социальной самоорганизации становится внедрение этики в сферу предпринимательской культуры. Хотя существует мнение, что в данной сфере этика невозможна, так как нацеленность бизнеса на прибыль исключает этическое измерение. Если рассматривать этику не как сферу нравственного выбора между добром и злом в условиях заданных ценностей, а как феномен принятия решений в ситуации, не имеющей однозначного значения и предполагающей множество вариантов, сторон и последствий, то необходимо установить возможность этического измерения во всех без исключения сферах жизни общества. Сфера бизнеса предполагает

свои ценности, определенный тип людей, которые здесь достигают успеха, определенный алгоритм деятельности, традиции. Следовательно, этическим здесь может считаться вполне определенное поведение: социальная активность, целеустремленность, лидерство, стремление к развитию и прибыли. Ценности сферы бизнеса: эффективность, результат, прибыль, время, развитие сотрудников, компетентность, качество (услуг, продукции), честность, верность данному слову, деловая культура.

Внедрение этики как определенной социальной технологии в такую сферу может быть осуществлено только с учетом ценностей и специфики данной сферы повседневности. Внедрение этики в сферу бизнеса может быть оправдано только соображениями эффективности, когда она способствует устойчивости и стабильности компании, обеспечивает дополнительные конкурентные преимущества, позволяет накапливать очень ценный социальный капитал в глазах потребителя.

Естественно, что существуют и перегибы, когда конкретная компания превращает себя в маленькое тоталитарное государство, в котором приветствуется слепая приверженность к политике компании и демонстрация лояльности к любым ее решениям. Появляется даже понятие для такого рода применения этики в сфере бизнеса – «корпоративный фашизм». Но в целом проникновение этики в сферу предпринимательской культуры кажется оправданным, если учесть специфику данной сферы, ее значимость для современной культуры и ценности, которые она транслирует. Этическая экспертиза в сфере бизнеса должна анализировать нравственный климат внутри компании, особенности взаимодействия с клиентами и конкурентами и давать экспертное заключение по поводу приемлемости или неприемлемости дальнейших действий в рамках данной социальной и экономической политики для эффективности и конкурентоспособности компании в условиях современного рынка. «Этическая экспертиза обязана вскрыть максимум реальных вариантов выбора, выявив для этого ценностные основания и указав на прецеденты решений в аналогичных ситуациях. Вслед за этим экспертиза

должна предложить субъекту выбора алгоритм поиска решений и выработать в диалоге с ним гуманистические ориентации выбора в их аксиологических и праксеологических аспектах» [1].

Соответственно, уместно говорить о необходимости специалистов в сфере бизнеса, которые бы занимались этическими проблемами компании, социальным аудитом и социальной отчетностью, созданием и внедрением этического кодекса, формированием организационной и корпоративной культуры, этической экспертизой конкретных ситуаций, возникающих между сотрудниками, сотрудниками и клиентами, сотрудниками и партнерами, этической экспертизой продуктов деятельности компании и социальной политики в целом. То есть, всего того спектра деятельности, который имеет особое, ценностное значение в человеческом обществе, в глазах общественности.

Естественно, что такая направленность деятельности компании не означает отказа от ценностей бизнеса: эффективность, нацеленность на результат, социальная активность, прибыль, конкуренция и т. д. Этика организации оценивается по такому критерию, как «эффективность». Внедрение этики как определенной технологии в деятельность компании может быть оправдано, если: 1) способствует раскрытию потенциала работников; 2) способствует нормальным рабочим отношениям в коллективе; 3) способствует формированию привлекательного внешнего имиджа; 4) способствует вхождению в стандарты КСО (корпоративная социальная ответственность); 5) позволяет разрешать конфликтные ситуации; 6) задает стандарты поведения. Кроме того, существуют анкеты, которые позволяют провести этическую экспертизу и обозначают параметры, по которым можно оценить уровень этичности компании [4].

Стандарты корпоративной социальной ответственности четко прописывают этическое измерение в сфере бизнеса, которое и должно содержать в себе этическую составляющую деятельности компании: качество продукции и услуг компании, спонсорская и благотворительная деятельность,

забота об объектах культуры, заинтересованность в компетентности и развитии сотрудников, честная конкуренция и т. д.

В этом смысле социальная политика компании и применение в ней этики как технологии достижения определенных результатов могут быть оценены по вполне четким параметрам и стать объектом корпоративной социальной отчетности (в соответствии с европейской терминологией «корпоративная отчетность в области устойчивого развития»). «Социальная отчетность крупной компании должна быть выполнена в соответствии с ведущими мировыми стандартами и требует обязательного независимого аудита, ведь ее показатели оказывают существенное влияние на капитализацию бренда и являются индикатором привлекательности компании» [3].

Итак, этика бизнеса – это одна из форм социальных технологий, необходимых с одной стороны, для интеграции бизнеса в общество, а с другой стороны, для позитивного влияния предпринимательской деятельности на социальное пространство. С позиций внутреннего состояния организации и его внешнего имиджа продуманное, технологичное внедрение этики во все взаимодействия между сотрудниками, между сотрудниками и клиентами, между конкурентами должно обеспечить требование эффективности деятельности компании в целом.

Список литературы

1. Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Прикладная этика // Новая философская энциклопедия: в 4 т. – М., 2010. <http://iph.ras.ru/elib/2438.html>
2. Зимбули А.Е. Этическая экспертиза как предмет этического осмысления // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – СПб. – 2008. – № 72. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/eticheskaya-ekspertiza-kak-predmet-eticheskogo-osmysleniya>
3. Корпоративная социальная ответственность в России // <http://www.csjournal.com/lib/networkoverview/174-korporativnaja-socialnaja-otvetstvennost-v-rossii.html>
4. Подопригора М.Г. Деловая этика. Учебное пособие. – Тарангор, 2012. URL: http://www.aup.ru/books/m243/3_5.htm
5. Юдин Б.Г. От этической экспертизы к экспертизе гуманитарной // Знание. Понимание. Умение. – 2005. – № 2. URL: <http://www.hdirussia.ru/379>