

---

# ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО КАК СУБЪЕКТ ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКИ

---

**С.П. Перегудов**

---

Поскольку речь в статье идет о месте и роли гражданского общества в публичной политике, попробую для начала изложить свое представление об этом предмете. С моей точки зрения, публичная политика — это поле взаимодействия государства и других субъектов политических отношений (партий, групп интересов, общественных движений и др.), характеризующееся той или иной степенью открытости и “прозрачности”. Естественно, что действующие на данном поле субъекты взаимодействуют не только с государством, но и между собой, причем зачастую минуя государство.

Если говорить конкретно о гражданском обществе и его институтах, то важнейшим их контрагентом на поле публичной политики, наряду с государством, является бизнес и его организации. Соответственно, все три угла этого треугольника, т.е. гражданское общество, государство и бизнес, выступают в качестве субъектов публичной политики не только в общей “связке”, но и в тех случаях, когда взаимодействуют на двусторонней основе.

Тезис о гражданском обществе как о политическом феномене тоже, по-видимому, требует разъяснения, тем более что такого рода привязка гражданского общества к политике принимается далеко не всеми.

## ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО И ПОЛИТИКА

Хотя о гражданском обществе написано уже очень много и его сущность, казалось бы, ясна, в действительности здесь еще много дискуссионного. Между тем вопрос о конкретном содержании данного понятия имеет не только теоретическое, но и прямое практическое значение. В частности, можно утверждать, что широко распространенное представление о якобы “неполитическом” характере гражданского общества способно стать (и в какой-то мере уже стало) тормозом на пути развития такого общества в России\*. Ограничение гражданского общества рамками “горизонтальных” связей и отношений (а именно к этому, по сути, и сводится его “неполитическая” трактовка) заставляет некоммерческие организации (НКО) и другие гражданские структуры “вариться в собственном соку”, ведет к недооценке важности их взаимодействия с партиями и государством. Одновременно игнорируются либо недооцениваются отношения НКО с бизнесом, в первую очередь — с бизнесом корпоративным, играющим далеко не последнюю роль в политическом процессе.

По мере того как организации гражданского общества начинают все более активно вторгаться в местную, региональную, национальную и гло-

---

**ПЕРЕГУДОВ Сергей Петрович, доктор исторических наук, главный научный сотрудник ИМЭМО РАН.**

\* Аргументы в пользу наличия у гражданского общества и его организаций политического измерения см. Перегудов 1992, 1995; Peregudov 1993.

бальную политику, позиции сторонников “неполитических” концепций ослабевают. Тем не менее отголоски подобных концепций можно встретить далеко не в единичных публикациях. Довольно показательна в этом плане недавно переведенная на русский язык книга Дж.Л.Коена и Э.Арато “Гражданское общество и политическая теория”, где доказывается, что в связи с “распыленностью и неэффективностью” гражданского общества между ним и государством необходим *посредник* в лице “политического общества” как сферы “жизни партий, политических организаций и органов публичной политики (в частности, парламентов)” [Коен, Арато 2003: 7-8]. Такая интерпретация взаимодействия гражданского общества и государства, на мой взгляд, абсолютно неадекватна. Никакого “промежуточного” политического общества между ними нет. Парламент, упоминаемый в книге, — это государственный институт, что же касается партий, то их массовые организации есть часть гражданского общества, а парламентские фракции — государства. В этом и заключается уникальность политических партий как важнейшего связующего звена между гражданским обществом и государством. В противоположность партиям, структуры гражданского общества взаимодействуют с государством *непосредственно*, в рамках системы функционального представительства [подробнее см. Перегудов и др. 1999].

Необходимо подчеркнуть, что, в отличие от партий и подобных им объединений, организации гражданского общества, как правило, не являются политическими *per se*, но имеют лишь политическое измерение. В связи с этим определение таких организаций как “политических” не более правомерно, чем употребление применительно к ним понятия “неполитические”. Их специфику отражает, скорее, термин “непартийные организации”: позволяя избежать ловушки “или-или”, он достаточно четко отражает ту грань, которая разделяет две основные системы политического представительства — партийно-политическую и функциональную (чаще всего ее называют системой представительства интересов).

### НКО КАК СТЕЙКХОЛДЕРЫ

Как уже говорилось, одним из ключевых контрагентов гражданского общества в пространстве публичной политики является бизнес. Прежде всего это относится к крупным корпорациям, роль которых в экономике и в политике постоянно растет, что объективно вовлекает их во все более тесные отношения с организациями гражданского общества. При этом речь идет не просто о расширении взаимодействия между данными субъектами, но и об их взаимопроникновении.

Далеко не в последнюю очередь такое взаимопроникновение обусловлено повышением значимости человеческого капитала и сопряженными с этим изменениями в социально-трудовых отношениях. Именно с данными изменениями во многом и связано появление принципиально новой концепции отношений корпоративного бизнеса и гражданского общества, известной как “корпоративное гражданство”.

Концепция корпоративного гражданства, получившая широкое распространение уже в конце 1990-х годов, нередко трактуется как своего рода “продвинутая” версия доктрины социальной ответственности бизнеса. Од-

---

нако это не совсем верно, ибо корпоративное гражданство строится не столько на благотворительности или помощи тем, кто в этом нуждается, сколько на развитии конструктивных отношений с так наз. стейкхолдерами (stakeholders), т.е. с гражданами, сообществами и организациями, в той или иной мере причастными к деятельности корпораций. Наряду с персоналом компаний и акционерами в число стейкхолдеров принято включать местные сообщества, НКО и органы власти, с которыми корпорация сталкивается в ходе решения своих производственных, коммерческих и политических задач. Пытаясь стать “хорошими гражданами”, корпорации, взявшие на вооружение данную концепцию, фактически стремятся к интеграции в гражданское общество. Непременным условием продвижения в этом направлении является размывание граней между внутренними и внешними стейкхолдерами и выстраивание отношений с ними по одним и тем же — “гражданским” — принципам.

Среди корпораций, ориентирующихся на корпоративное гражданство, особого упоминания заслуживает “British Petroleum” (BP). Считая свой бизнес “сочлененным”, т.е. вовлеченным “в четыре сферы отношений — с... персоналом, акционерами, общественностью и правительствами”, эта корпорация ставит во главу угла отношения со своими служащими. “Для нас это не просто работники. Это *граждане* (курсив мой. — С.П.), — подчеркивает президент BP Дж.Браун. — ...Компании хороши лишь постольку, поскольку хороши люди, в них работающие” [BBC 2000]. И хотя Браун в известной мере выдает желаемое за действительное (а само его выступление отчасти носит характер пиар-акции), тенденция к изменению положения наемного работника отражена им вполне адекватно.

141

Эту тенденцию фиксируют и российские обществоведы. “Переход к инновационному типу развития, — констатирует Ю.А.Красин, — порождает работника с широким кругозором, тяготеющего к демократическим порядкам и либеральным ценностям” [Красин 2004:132]. Естественно, что такой работник ощущает себя не просто “продавцом рабочей силы”, но гражданином, и рассматривает место, где трудится, как сферу не только производственных, но и более широких, гражданских, отношений. Другое дело, что говорить об этом сдвиге как о чем-то уже свершившемся, еще рано. Вместе с тем, как и в продвижении к корпоративному гражданству, здесь важен не столько “конечный результат”, сколько сам процесс и вовлечение в него все большего числа индивидуальных и коллективных акторов.

Наиболее наглядно растущие связи между “внутренними” и “внешними” стейкхолдерами проявляются в так наз. волонтерстве, т.е. добровольном включении работников корпораций в решение проблем местных сообществ и их граждан. При этом основное внимание уделяется помощи подрастающему поколению в получении полноценного общего и профессионального образования и оснащению образовательных учреждений современной техникой и оборудованием. Особенно широкое распространение данная практика получила в США, где в волонтерской деятельности участвуют сотрудники 80% фирм [Googins 2000: 94]. По заключению авторов книги “Сострадающий капитализм”, взаимодействие с местными сообществами уже стало частью корпоративной культуры многих американских

компаний, в т.ч. таких, как “IBM”, “Microsoft”, “Hewlett-Packard”, “Wells Fargo” и “Levi Strauss” [Benioff, Southwick 2004: 11].

Для координации образовательной и иной филантропической деятельности американские корпорации и компании создают особые фонды, деятельность которых охватывает целые штаты и даже более обширные территории [Benioff, Southwick 2004: 169-170]. В ряде мест появились также “компьютерные клубы”, где волонтеры компаний знакомят детей и взрослых с современными информационными технологиями.

Следует отметить, что в характере и направленности “гражданской” активности корпоративного бизнеса различных стран имеются существенные различия. Так, если европейские компании делают упор на выстраивание партнерских отношений со стейкхолдерами, то американские, будучи безусловными лидерами в сфере образовательно-технологического спонсорства, нередко склонны приносить свои отношения с профсоюзами и НКО в жертву жесткой борьбе за снижение издержек производства. Очевидно, что такие различия во многом объясняются историческими традициями, которые наверняка скажутся и на дальнейшем освоении принципов социально ответственного поведения и корпоративного гражданства. В любом случае, на сегодняшний день европейские корпорации гораздо ближе к модели “компании участников” (stakeholders company), нежели американские. Однако им есть что позаимствовать и чему поучиться у этих последних (как и тем — у европейских).

Поле, на котором будет происходить (и уже происходит) такое “взаимное обучение”, является глобальная экономика и глобальный бизнес, все участники которого чем дальше, тем больше вынуждены подчиняться общим правилам игры [подробнее см. Дынкин и др. 2004a].

Разумеется, далеко не все отношения корпораций с НКО, местными сообществами и иными группами интересов поднимаются на политический уровень. Это касается и того же волонтерства, и некоторых других форм взаимодействия корпораций и гражданского общества, особенно на местном уровне. Но если рассматривать такие отношения в совокупности, то можно с полным основанием констатировать, что они составляют важную часть того “политического ландшафта”, в котором развивается как демократия участия, так и демократический процесс в целом. Едва ли кто-то возьмется оспаривать, что укрепление данного вектора эволюции общественных отношений ведет к расширению поля публичной политики. “Социальное” здесь как бы незаметно перетекает в “политическое”, одно обогащает другое. Там же, где этого не происходит, поле публичной политики сужается, а политическая система становится ригидной и замкнутой на себя.

## **НКО В СИСТЕМЕ НОВОГО СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА**

Помимо прямых отношений с бизнесом, организации гражданского общества участвуют и в более сложной системе отношений, обычно именуемой системой нового социального партнерства или новым трипартизмом. В отличие от традиционного трипартизма, в рамках которого бизнес, государство и профсоюзы согласовывали свои позиции и выработывали реше-

---

ния в области социальной и экономической политики\*, новое социальное партнерство предполагает представительство широкого спектра организаций (включая, конечно, и профсоюзы), выступающих от имени всего общества. Дальше других продвинулись в этом направлении малые западно-европейские страны, прежде всего Дания и Нидерланды\*\*.

Важной особенностью нового трипартизма является то, что он функционирует и на муниципальном, и на отраслевом, и на общегосударственном уровне. Тесное и по большей части конструктивное\*\*\* взаимодействие партнеров ведет к “экономии” общественной энергии и более рациональному ее расходованию, что самым позитивным образом сказывается на общем социально-политическом климате и экономике соответствующих стран.

Вместе с тем необходимо учитывать, что, хотя данная модель складывается во многих странах Запада, процесс этот никак нельзя назвать всеобщим. Наиболее отчетливо свою “особость” здесь демонстрируют США. Такого рода исключительность, конечно, не случайна, и связана она, с одной стороны, с антиэтатистской философией американского капитализма, а с другой — с самым фактом американского лидерства. Сила американских корпораций, похоже, столь велика, что они практически не нуждаются в посредничестве государства и ревниво сохраняют собственную самостоятельность, ориентируясь на более простую двустороннюю модель\*\*\*\*. При всем том американское государство, как свидетельствуют его действия после на шумевших корпоративных скандалов, проявляет все меньшую склонность к “невмешательству”, постепенно ужесточая правила игры в области корпоративного управления и корпоративной отчетности и принимая меры, в т.ч. законодательного характера, прямо нацеленные на стимулирование интереса компаний к корпоративному гражданству [Values 2004: 3, 32]. Все это позволяет предположить, что со временем американское государство начнет еще более активно вмешиваться в отношения бизнеса и гражданского общества.

143

Как бы то ни было, представляется очевидным, что поворот большинства стран Запада к новой модели социального партнерства есть своего рода ответ на экономические и политические вызовы, порождаемые реалиями общественной жизни конца XX — начала XXI в. и прежде всего глобализацией.

## ГЛОБАЛЬНОЕ ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО И ТНК

Общепризнанно, что одним из ключевых субъектов глобализации является глобальное гражданское общество (ГГО), организации и движения которого вступают в довольно сложные и противоречивые отношения с другим важнейшим ее субъектом — транснациональными корпорациями (ТНК). Но прежде чем рассматривать эти отношения, приведу несколько цифр, характеризующих современное ГГО.

---

\* Именно эта уже изжившая себя модель была в начале 1990-х годов скопирована в России.

\*\* Подробнее о системе нового социального партнерства в Нидерландах см. Дынкин и др. 2004б: 98-115.

\*\*\* Как и при любом реальном, а не насаждаемом сверху партнерстве, определенная степень конфликтности здесь неизбежна.

\*\*\*\* Нелишне напомнить, что в США не привился и традиционный трипартизм, утвердившийся в 1960-е — 1970-е годы в других западных странах.

Как показывают изыскания авторов книги “Глобальное гражданское общество”, к 2000 г. насчитывалось свыше 37 тыс. глобальных неправительственных организаций (против 31 тыс. в 1990 г.). Почти четверть из них (порядка 9,5 тыс.) специализировалась на вопросах экономического развития и социальной инфраструктуры, другие (около 12 тыс.) занимались исследовательской, правозащитной и природоохранной деятельностью, активность третьих (8 тыс.) распространялась на сферы социальных услуг, здравоохранения и образования [Anheir et al. 2001: 300]. Число постоянных членов глобальных НПО выросло со 148 тыс. в 1990 г. до 255 тыс. в 2000 г., т.е. больше чем на 70%. Количество же тех, кто принимает участие в их акциях спорадически, едва ли поддается учету. Согласно опросам, проведенным теми же авторами в 41 стране, на рубеже XX и XXI вв. в различных гражданских группах и организациях состояли в среднем от 1 до 5,5% респондентов [Anheir et al. 2001: 313-314]. А это уже миллионы и миллионы человек.

В связи с приведенными данными хотел бы напомнить, что так наз. антиглобалисты, о которых столь много говорят и наши, и зарубежные СМИ, — это лишь верхушка айсберга. Что же касается “подводной” его части, то она, как правило, не привлекает к себе внимания журналистов. Между тем именно ее гораздо менее бросакая активность во многом формирует мировое общественное мнение и определяет его реакцию на деятельность ТНК и транснационального бизнеса в целом.

Впрочем, на восприятие широкой общественностью транснационального бизнеса влияют и другие факторы, причем большинство из них (ухудшение состояния окружающей среды, качества продуктов питания и жизни в целом; нарушения прав человека в развивающихся странах; громкие коррупционные скандалы вокруг ТНК и т.п.) действуют в негативном для его имиджа направлении. В результате даже в тех странах, где роль бизнеса традиционно оценивалась позитивно, возобладало резко критическое отношение к ТНК и международным финансовым центрам.

Проведенное в 2000 г. Институтом Гэллага исследование, в ходе которого были опрошены 34 тыс. респондентов из 46 стран, обнаружило, что уровень доверия к корпорациям ниже, чем к любому другому институту (из 17-ти, фигурировавших в списке), и продолжает падать [Responding 2003: 14]. Как замечают авторы доклада рабочей группы Мирового экономического форума (так наз. Давосского)\*, “сохранение или восстановление доверия превратилось в серьезную проблему для руководства многих компаний” [Responding 2003: 14]. Заслуживает внимания и общий вывод авторов, констатировавших, что в условиях повышения “связи между конкурентоспособностью, управляемостью и гражданством” вопрос о доверии приобретает стратегический характер и начинает затрагивать не только производственную деятельность компании, но и ее приверженность ценностям гражданственности [Responding 2003: 28].

---

\* Инициаторами подготовки этого доклада выступили 40 топ-менеджеров корпораций, действующих в 16 странах и 18 отраслях экономики. Открывающее его обращение подписали президенты и председатели правлений “ABB”, “Coca-Cola”, “McDonalds”, “Siemens” и других компаний аналогичного уровня [Responding 2003: 5].

---

Сказанное означает, что концепция корпоративного гражданства — это уже не просто доктрина, но руководство к действию, призванное если не снять, то хотя бы смягчить проблему репутации и доверия, обострение которой бьет по конкурентоспособности многих корпораций и чревато серьезными социальными и политическими катаклизмами.

О том значении, которое придает глобализирующийся корпоративный бизнес отношениям со стейкхолдерами, красноречиво свидетельствует инициатива, с которой выступил в 2002 г. Мировой экономический форум. В сотрудничестве с другой авторитетной организацией — Международным форумом лидеров бизнеса принца Уэльского — он опубликовал документ (его название — “Framework for Action” — условно можно перевести как “рамочные рекомендации”), в котором были определены “стратегические направления по внедрению в компании принципов корпоративного гражданства в контексте широкого обсуждения проблем глобализации и роли бизнеса в этом процессе”. В документе рекомендовалось “включать проблемы корпоративного гражданства в повестку дня правления компании, создавать соответствующие организационные и коммуникативные условия внутри компании, вступать в диалог и партнерские отношения со стейкхолдерами”. При этом подчеркивалось, что “быть глобальным корпоративным гражданином — значит не только соблюдать этические нормы ведения дел, но и интегрировать принципы корпоративного гражданства в качестве центрального звена стратегии и практики бизнеса... Отношения с ключевыми стейкхолдерами имеют первостепенную важность для наших успехов внутри и вне компаний” [Global 2002].

145

Самый надежный индикатор “плотности” отношений между ТНК и НКО — создание компаниями специальных структур, отвечающих за поддержание таких отношений. Согласно данным, полученным в ходе обработки ответов топ-менеджеров на “рамочные рекомендации”, соответствующие структуры были созданы в 213 (16%) из 1336 участвовавших в обследовании компаний [Responding 2003: 12]. Показательно также, что некоторые компании вступают со своими стейкхолдерами в “мультикативный” (“multistakeholders”) диалог, вовлекая в него одновременно несколько организаций [Responding 2003: 9].

На серьезную заинтересованность делового (и политического) мира в реализации норм и принципов корпоративного гражданства указывает и деятельность организаций типа Бостонского центра корпоративного гражданства, а также — на международном уровне — ОЕСД, Комиссии ЕС, МБРР и Conference Board [подробнее см. Дынкин 2004б]. Некоторые исследователи даже полагают, что эти нормы и принципы постепенно превращаются в некое подобие “религии”, которую под растущим давлением глобальных НКО начинает исповедовать транснациональный бизнес [см. Foreign Affairs 2001: 105, 108]. Такие оценки, конечно, не имеют под собой оснований. Если трезво и непредвзято оценить ситуацию, то придется признать, что до массового, повального увлечения ТНК идеями корпоративного гражданства еще очень далеко. Но сдвиги в этом направлении, безусловно, налицо, и можно утверждать, что развитие обозначившейся в последние годы “генеральной тенденции” способно существенным обра-

зом изменить и сам характер деятельности ТНК, и их отношения с мировым сообществом.

### **РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ И КОРПОРАТИВНОЕ ГРАЖДАНСТВО: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ**

Утверждение на Западе системы нового социального партнерства и практики корпоративного гражданства объяснялось прежде всего зрелостью гражданского общества, способностью его организаций не просто участвовать во взаимодействии с властью и корпорациями, но и влиять на те правила, по которым данное взаимодействие осуществляется. Как известно, ничего подобного в России нет. Но означает ли это, что все вопросы, связанные с социальным партнерством и корпоративным гражданством, у нас повисают в воздухе и нет смысла их ставить? На мой взгляд, это совсем не так, ибо роль гражданского общества, даже когда оно слабо и недостаточно развито, может быть вполне весомой. Многое здесь зависит от двух других игроков, т.е. от государства и бизнеса, которые в российских условиях по сути дела предопределяют и пути развития гражданского общества, и модели его политического участия. Отсюда — решающее значение избранной большим бизнесом и властью линии поведения, и чтобы понять, в чем она заключается, полезно сопоставить ее с рассмотренными выше доктринами и практикой.

В российских деловых и политических кругах высказываются диаметрально противоположные точки зрения относительно как самих концепций социальной ответственности бизнеса и корпоративного гражданства, так и практической их реализации. Многие представители отечественного бизнес-сообщества все еще убеждены, что наш бизнес, в отличие от западного, еще не достиг той степени зрелости и самостоятельности, которая позволила бы ему подключиться к подобным инициативам. Признавая, что сложившиеся в стране отношения между корпоративным капиталом и обществом нуждаются в радикальном улучшении, они связывают решение данной проблемы с освоением российскими предпринимателями норм цивилизованного рыночного поведения. Тем не менее число тех, кто делает ставку на социально-ответственную деятельность, рассматривая ее как важнейший инструмент укрепления общественной репутации российских компаний, постоянно растет. Более того, целый ряд компаний уже встал на путь практического освоения тех принципов и норм корпоративного гражданства, о которых говорилось выше.

Тексты коллективных договоров таких компаний, как “ЛУКОЙЛ”, “Норильский никель”, “Пермские моторы”, позволяют говорить о серьезных сдвигах, происходящих в сфере трудовых отношений. Унаследованная от советских времен патерналистская модель постепенно себя изживает, уступая место социальному партнерству\*, хотя процесс этот еще далек от завершения. В структуре корпоративного менеджмента возрастает вес под-

---

\* На эмпирическом уровне этот вывод подтверждают “полевые” исследования автора в компании “ЛУКОЙЛ” [см. Перегудов 2003]. Подробнее о развитии в нашей стране партнерских отношений между работодателями и персоналом см. Трудовые отношения 2004.



---

разделений, отвечающих за “развитие персонала”. В некоторых компаниях принимаются особые социальные кодексы, регламентирующие (наряду с коллективными договорами) отношения между администрацией и наемными работниками.

Налицо определенный прогресс и в области социальной отчетности. Необходимость такой отчетности осознают все больше российских корпораций. Не случайно созданный летом 2004 г. Координационный совет Российского союза промышленников и предпринимателей, Деловой России и Объединения организаций малого бизнеса (ОПОР) отнес “внедрение стандартов социальной отчетности в практику российского бизнеса” к числу важнейших своих задач [Ведомости 23.07.2004].

Если обратиться к системе внекорпоративных отношений, то в условиях России приоритетное значение здесь имеют связи и взаимодействие корпораций с местными сообществами. О том, как далеко продвинулся ряд российских бизнес-структур в данном направлении, нагляднейшим образом свидетельствуют исследования, проводившиеся Ассоциацией менеджеров России (АМ), Фондом “Институт экономики города”, аналитическим центром журнала “Эксперт” и некоторыми другими авторитетными центрами и организациями. Так что доказывать сам факт растущего внимания корпоративного бизнеса к взаимодействию с местными сообществами — значит ломиться в открытую дверь. В то же время приходится констатировать, что средства на развитие местных сообществ выделяют всего лишь 10% компаний (по выборке АМ), тогда как развитие персонала финансируют примерно 60% [Вестник АМ 2004: 46].

147

К сотрудничеству с местными властями все чаще подключаются НКО, действующие внутри местных сообществ. Особую активность проявляют НКО, представляющие интересы отдельных социальных групп (женщин, молодежи и школьников, сирот, инвалидов, потребителей), а также природоохранные и правозащитные организации. По данным, полученным автором, что называется, “из первых рук”, в Пермской области и республике Коми действуют сотни таких организаций, а в Ленинградской области их более тысячи. Включенность бизнеса и его организаций в такие отношения пока не очень велика. Но и здесь дело начинает сдвигаться с мертвой точки. Наглядное подтверждение тому — растущее участие бизнеса, особенно крупного, в конкурсах и ярмарках социальных проектов, получивших в последние годы широкое распространение в ряде российских городов и регионов, а иногда и на более низком уровне [подробнее см. Перегудов 2003: 308-327].

Важно отметить, что компании, участвующие в подобном взаимодействии, самой его логикой вовлекаются в более тесные отношения с местными сообществами в целом. В качестве примера сошлюсь на опыт компании “ЛУКОЙЛ-Пермь”. Взяв курс на превращение в “корпоративного гражданина”, она сама начала проводить ежегодные конкурсы социальных проектов и активизировала свое сотрудничество с муниципалитетами. С руководством 19-ти из них были заключены соглашения, предусматривающие участие компании в социально-культурном развитии территорий ([www.lukoil-perm](http://www.lukoil-perm)).

Ни для кого не секрет, что отношения российских корпораций с НКО сплошь и рядом носят конфликтный характер, причем некоторые компании не просто избегают контактов с “неудобными” организациями, но и объявляют им “войну”. Было бы неверным, однако, видеть в такой практике раз и навсегда установившуюся “норму”. На это указывает, в частности, тот факт, что в странах Запада и на глобальном уровне именно силовое давление со стороны НКО и их антикорпоративный пиар стимулировали компании к демонстрации своей гражданской ответственности и поиску компромиссных решений (следствием чего стала эволюция самих НКО, точнее их подавляющего большинства, в “реформистском” направлении [подробнее см. Левин 2003]). Поэтому можно предположить, что нарастание активности, в т.ч. и протестной, российских НКО и гражданского общества в целом будет способствовать ускорению, а не замедлению развития “корпоративно-гражданских” отношений.

Одним из важных направлений гражданской активности российских корпораций остается спонсорство, причем, как и в США, упор здесь делается на инициативах и проектах в сферах образования и информатизации. Подобного рода инициативы и проекты с самого начала стали основными для таких фондов, как “Открытая Россия”, “Фонд Потанина”, “Династия”, “Связь времен”, “Фонд содействия отечественной науке”, и ряда других. В 2002 г. в стране был создан Форум доноров, число участников которого продолжает увеличиваться\*. Помимо предоставления грантов учебным, научным и культурно-просветительским учреждениям, а также индивидуальных грантов студентам, аспирантам и научным работникам, входящие в Форум фонды проводят различные акции, нацеленные на развитие гражданского самосознания и гражданской активности в российском обществе (наиболее яркий пример — десятки “школ публичной политики”, организованные “Открытой Россией”).

К сожалению, на развитии подобных фондов негативно сказывается отсутствие четкой законодательной базы их деятельности, а также атмосфера подозрительности в отношении мотивов, которыми руководствуются их спонсоры. Зачастую и власть, и общественность усматривают в филантропической активности попытку “откупиться” или “загладить вину” за прошлые грехи. При этом ни те, ни другие, как правило, не против того, чтобы корпорации и их владельцы “делились”. Но им (и первую очередь — власти) хотелось бы, чтобы это делалось по указке или подсказке “сверху”. Иначе говоря, от корпораций ждут, чтобы они стали не просто “хорошими”, но и “послушными” гражданами и не пытались сами решать, кому и как помогать. В результате грубо искажается сама идея социальных инвестиций, суть которой состоит в том, чтобы, вкладывая свои средства, инвестор исходил из собственных представлений об общественном благе и мог рассчитывать на коммерческий эффект данных вложений. Этот эффект часто связан не только и не столько с прямой отдачей в форме увеличения объема продаж и т.п., сколько с укреплением репутации как одним из важнейших факторов, способствующих росту капитализации. Принудительное

\* Первоначально Форум объединял 27 крупнейших российских и зарубежных грантодателей.

---

или полупринудительное спонсорство по принципу — “ты мне — я тебе”\* лишает бизнес стимулов к социальным инвестициям, вследствие чего реальный объем таковых оказывается гораздо меньшим, чем мог бы быть. Социальные инвестиции бюрократизируются, связь между теми, кто их делает, и теми, кто их получает, разрывается, а местные сообщества и НКО вообще выводятся из игры.

При всем том спонсорская активность целого ряда компаний продолжает нарастать, расширяется и “поле” этой активности. В частности, учитывая тяжелейшее положение, в котором оказалась сегодня система подготовки кадров, предприятия все чаще берут под “крыло” ее основное звено — профессионально-технические училища [подробнее см. Независимая газета 19, 24.11.2004; Ведомости 9.11.2004].

Несмотря на отмеченные выше позитивные тенденции, масштабы социально-ответственной деятельности российского бизнеса остаются довольно скромными. Такое положение вещей во многом объясняется относительной узостью круга экономически успешных корпораций, способных выйти за рамки “стратегии выживания”. Поэтому вряд ли стоит ожидать быстрого утверждения в России концепции и практики корпоративного гражданства, особенно если не будут созданы условия, стимулирующие этот процесс. Ключевую роль в создании таких условий могут (и должны!) сыграть органы власти — как федерального, так и муниципально-регионального уровня. Но не следует игнорировать и потенциал экспертного сообщества, тем более что его интерес к проблематике корпоративного гражданства неуклонно растет.

Если по отношению к социальной ответственности бизнеса российские власти занимают “невнятную” позицию, то выстраивание их отношений с организациями гражданского общества и бизнесом идет по четко отработанному сценарию. В основе данного сценария лежит принцип властной “вертикали”, точнее — “вертикалей”, вследствие чего взаимодействие государства с этими двумя субъектами политики осуществляется не в рамках трехстороннего сотрудничества, а по сепаратным, не связанным друг с другом каналам (“вертикалям”). Применительно к бизнесу такими каналами выступают Совет по конкурентоспособности и предпринимательству при правительстве и аналогичные структуры отраслевого и регионального уровней, а применительно к НКО — общественные палаты (общегосударственная и региональные).

При всей кажущейся стройности и логичности подобной модели взаимодействия, ее утверждение ведет к оттеснению организаций гражданского общества от участия в деятельности наиболее важных консультативных структур (“комитетов”), где обкатываются и принимаются рекомендации по ключевым вопросам социально-экономического развития. Тем самым институты гражданского общества оказываются вне основного поля пуб-

---

\* По свидетельству сведущих людей, добиваясь от бизнеса реализации интересующего ее проекта, власть нередко предлагает ему взамен те или иные льготы (мы отведем тебе землю под строительство, поможем получить лицензию и т.д., а ты для нас построй больницу, восстанови стадион, отремонтируй школу...).

личной политики и, не имея возможности участвовать на равных в механизмах прямой и обратной связи с государством, лишаются стимулов к наращиванию активности. Поэтому сколько бы ни произносилось речей (в т.ч. и с самых высоких трибун) об исключительной роли и востребованности гражданского общества, его действительное развитие сдерживается, а функции маргинализируются.

Отсутствие полноценного, трехстороннего, социального партнерства негативным образом сказывается и на деятельности так наз. “комитетов”, ибо, утрачивая публичность, они теряют способность отражать всесторонне выверенный общественный интерес.

Таким образом, приходится констатировать, что складывающаяся в стране система взаимодействия общества, бизнеса и государства нуждается не просто в дальнейшем совершенствовании, но в кардинальной перестройке. Чтобы она могла эффективно функционировать, необходимо изменить сам вектор ее развития.

---

*Ведомости.* 2004.

*Вестник АМ.* 2004. № 4/5.

Дынкин А.А. и др. 2004а. *Корпоративное гражданство и конкурентоспособность.* М.

Дынкин А.А. и др. 2004б. *Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика, российские перспективы.* М.

Коен Дж., Арато Э. 2003. *Гражданское общество и политическая теория.* М.

Красин Ю.А. 2004. Российская демократия: коридор возможностей. — *Полис*, № 6.

Левин И.Б. 2003. Глобализации и демократия. — *Полис*, № 2.

*Независимая газета.* 2004.

Перегудов С.П. 1992. Гражданское общество как политический феномен. — *Свободная мысль*, № 9.

Перегудов С.П. 1995. Гражданское общество в политическом измерении. — *МЭиМО*, № 5.

Перегудов С.П. 2003. *Корпорации, общество, государство: эволюция отношений.* М.

Перегудов С.П., Лапина Н.Ю., Семенов И.С. 1999. *Группы интересов и российское государство.* М.

*Трудовые отношения как фактор социально-экономической трансформации постсоциалистического общества.* 2004. М.

Anheir H., Classias M., Caldor M. (eds.) 2001. *Global Civil Society.* L.

BBC World Service. 2000. — <http://www.bbc.co.uk/radio04/reieh2000>.

Benioff M., Southwick K. 2004. *Compassionate Capitalism.* N.Y.

*Foreign Affairs.* 2001. № 5.

Global Corporate Citizenship: The Leadership Challenge for CEO and Boards. 2002.

— *World Economic Forum* (<http://www.weforum.org>).

Googins B. 2000. The Journey towards Corporate Citizenship in the United States. — *Journal of Corporate Citizenship*, Spring.

Peregudov S. 1993. Civil Society as a Political Phenomenon. — *Sociological Research*, № 7.

*Responding to the Leadership Challenge: Findings of a CEO Survey on Global Corporate Citizenship.* 2003. Geneva.

*Values and Value. Communicating the Strategic Importance of Corporate Citizenship to Investors.* 2004. Geneva.

Статья подготовлена при поддержке РГНФ (проект № 5-9535-0085-8).