

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

SOCIOLOGICAL SCIENCES

<https://doi.org/10.47370/2078-1024-2023-15-3-115-122>

УДК 316.3

Б.Ю. Ашинов¹, А.Р.Кумпилова^{1*}

**К вопросу о социальной ответственности
как характеристике социальных взаимодействий
в различных сферах**

^{11*} *ФГБОУ ВО «Майкопский государственный технологический университет»,
г. Майкоп, Российская Федерация*

Аннотация

Актуальность темы исследования обуславливается тем, что социальная ответственность представляется важным условием стабильности общественного порядка и развития. В кризисные периоды возникает **проблема** нивелирования социальной ответственности у отдельных лиц и общностей. **Цель** настоящего исследования – выявление наиболее значимых сфер социального бытия современного человека в XXI веке, где социальная ответственность рассматривается как значимая категория, требующая особо пристального научного анализа. При работе с эмпирическим материалом были использованы **методы**, применимые в социологии культуры и социологии управления – аксиологический, типологический, структурно-функциональный. **По результатам** исследования выявлено, что наиболее востребованы исследования реализации социальной ответственности в сфере экономических отношений – бизнеса и корпоративных взаимодействий. Также у ученых вызывает интерес вопрос о необходимости проявления социальной ответственности в области биотехнологий и деятельности инженеров, которые должны ориентироваться не только на научно-техническую, но и гуманитарную составляющую производства. В сложившемся информационном обществе особую значимость получает социальная ответственность СМИ. **К ключевым выводам** относятся тезисы о том, что социальная ответственность как способ позитивной реакции на запрос нуждающихся (индивидов, групп, общества) формируется весьма медленно в силу многообразных исторических, социально-экономических, общекультурных и психологических причин; социальной ответственностью сложно управлять, она не может формироваться по принуждению; необходимо находить баланс экономических выгод и этических альтруистских ценностей, которые заложены в религиозных и традиционных системах этнических культур.

Ключевые слова: социальная ответственность, общество потребления, информационное общество, экономическая сфера, корпоративная социальная ответственность, биотехнология, ответственность инженера, СМИ

Для цитирования: Ашинов Б.Ю., Кумпилова А.Р. К вопросу о социальной ответственности как характеристике социальных взаимодействий в различных сферах // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2023. Том 15, № 3. С. 115–122. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2023-15-3-115-122>.

B.Yu. Ashinov¹, A.R.Kumpilova^{1*}

Revisiting social responsibility as a characteristic feature of social interactions in various fields

^{11*}*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Maikop State Technological University", Maikop, the Russian Federation*

Abstract

The relevance of the research topic is determined by the fact that social responsibility seems to be an important condition for the stability of social order and development. During the periods of crisis, the problem of leveling social responsibility among individuals and communities arises. The purpose of the research is to identify the most significant areas of social life of a modern man in the 21st century, where social responsibility is considered as a significant category that requires particularly close scientific analysis. When working with empirical material, methods applied in Sociology of culture and Sociology of management have been used - axiological, typological, structural-functional ones. Based on the results of the research, it has been revealed that research into the implementation of social responsibility in the sphere of economic relations - business and corporate interactions - is most in demand. Scientists are also interested in the need to demonstrate social responsibility in the field of Biotechnology and activities of engineers, who should focus not only on the scientific and technical, but also on the humanitarian component of production. In the current information society, the social responsibility of the media is of particular importance. The key conclusions include theses that social responsibility as a way of positively responding to the requests of those in need (individuals, groups, society) is being formed very slowly due to various historical, socio-economic, general cultural and psychological reasons; social responsibility is difficult to manage, it cannot be formed under compulsion; it is necessary to find a balance of economic benefits and ethical altruistic values that are embedded in the religious and traditional systems of ethnic cultures.

Keywords: social responsibility, consumer society, information society, economic sphere, corporate social responsibility, Biotechnology, engineer's responsibility, media

For citation: *Ashinov B.Yu., Kumpilova A.R. Revisiting social responsibility as a characteristic feature of social interactions in various fields / Vestnik Majkopskogo gosudarstvennogo tehnologičeskogo universiteta. 2023. Volume 15, No. 3. P. 115–122. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2023-15-3-115-122>.*

Введение. Формирование социальных общностей, начиная с первобытных времен, обусловило необходимость такого качества социальных взаимодействий, как ответственность. В спокойные периоды исторического развития социальная ответственность в форме отношения личности к обществу как пространству жиз-

ни, требующему от человека осознанной деятельности для поддержания порядка и процветания в нем, реализуется устойчиво на основе этических кодексов, сложившихся в мифологических, религиозных, философских и политико-идеологических системах. В кризисные времена, которые наступают периодически, возникают про-

блемы с нивелированием социальной ответственности в системе ценностей у отдельных личностей и групп, что ведет к еще большей дестабилизации общественных отношений. Современный этап для России и Европы стоит в ряду кризисных (последствия пандемии COVID-19, украинский конфликт), вследствие чего тему социальной ответственности различных субъектов социальных взаимодействий можно отнести к весьма актуальным.

Социальная ответственность начинает осмысливаться уже в древних философских системах Китая и Греции. Конфуций в его трактатах обосновывал мысль о необходимости соответствия общественных взаимодействий патриархальным семейным отношениям в форме строгих этикетных правил, устанавливающих приоритет общества над личностью [1]. Таким образом постулируется мысль об ответственности как высшей форме личностного сознания [2]. Платон, исходя из идеалистического взгляда на общество и государство, в оценке поступков индивида опирается на идею, что представитель идеального общества и государства при совершении неблаговидного безответственного поступка обрекает свою душу на вечное смятение [3]. В отличие от экзистенциального подхода Платона, Аристотель рассматривает проблему ответственности с позиции свободы волеизъявления личности. Человек обладает свободой выбора в своих действиях, при этом несет ответственность за свои поступки, в чем проявляется социальный характер этого явления [4, с. 85–86]. Такой подход к категории «ответственность» еще более проявился в воззрениях философов эпохи Возрождения, для которых главным критерием ответственного поступка становится понимание индивидом отличия добра от зла, т.е. на первый план выступает нравственный аспект категории «ответственность» [2]. Во все последующие этапы осмысления категории «социальная ответственность» – в эпоху Нового времени

в философии Просвещения и немецкой классической философии – так или иначе варьировались найденные предшественниками основания в соотношении разума и инстинктов, свободы и воли, нравственности и долга.

В XX веке в связи с интенсивным развитием науки и технологий существенно изменились условия жизни большей части населения планеты, в связи с чем появились новые, ранее не изучаемые области реализации социальной ответственности. Возникли труды по обоснованию необходимости проявления ответственности в таких областях, как техника, наука, экология. В данных направлениях работали такие исследователи, как Х. Ленк, Г. Йонас и др. [5, 6]. Целью настоящего исследования становится выявление наиболее значимых сфер социального бытия современного человека в XXI веке, где социальная ответственность рассматривается как комплексная проблема, требующая особо пристального научного анализа. Для достижения цели нами рассмотрены научные публикации за последние два десятилетия, по содержанию которых и были определены наиболее важные сферы жизни, где социальная ответственность осмысливается как имманентно необходимая составляющая устойчивости отдельных социальных общностей и всего общества в целом. Методология основывается на принятии тезиса о том, что социальная ответственность личности и общества друг перед другом является необходимым условием стабильности общественного порядка и развития. При работе с эмпирическим материалом были использованы теоретические подходы, применимые в социологии культуры и социологии управления (аксиологический, типологический, структурно-функциональный).

Основная часть. Определение понятия «социальная ответственность» предполагает выявление структуры и содержания данного явления. В структуре соци-

альной ответственности принято выделять следующие элементы: субъект ответственности – личность, группа, либо общество, чьи действия осознанно подчиняются интересам других; объект ответственности – это те социальные субстанции, которые зависят от субъектов ответственности. В группу объектов социальной ответственности могут входить отдельные личности, категории индивидов (дети, престарелые, работники предприятий и пр.), а также большие социальные образования (страна, государство, все общество в целом) [7]. Функционально социальная ответственность реализуется как устойчивый принцип добровольных действий субъектов, направленных на постоянную, либо ситуативную поддержку объектов, при этом законодательно необязательных.

Количественный показатель обращения ученых в настоящее время к теме социальной ответственности показывает, что наиболее востребованной в научных изысканиях стала тема социальной ответственности в отношении различных сторон экономической жизни социума. Исследователь Н.О. Хваловская, рассматривая идеологему «социальная ответственность», указывает, что как системное понятие оно возникло в 1990-е гг. в Рио-де-Жанейро в документах Всемирного делового совета по устойчивому развитию. Участники Совета (транснациональные корпорации) пришли к выводу о необходимости проявления частной инициативы со стороны коммерческих организаций для достижения устойчивого развития общества [8]. Принятие такого решения было подготовлено исследованиями ученых-экономистов США первой половины XX в. (Ф. Берли и Г. Минз, Г. Боуэн и др.), которые теоретически обосновали наличие факта одновременной зависимости и влияния компаний по отношению к разным уровням социальной структуры. Автор, опираясь на выводы Р.Э. Фримана, замечает, что ко 2-й половине XX в. сложилось два подхода к оценке социальной

ответственности в экономике – формальный (инструментальный) и субстантивный (концептуальный). Представители первого подхода (М. Фридман и П. Хейне) рассматривают социальную ответственность с прагматических позиций, считая, что разные формы деятельности в рамках социального патронажа в конечном счете станут средством повышения прибыли компаний в перспективе. Исследователи в рамках второго подхода (Ф. Найт, А. Рих) считают, что социальная ответственность бизнеса не должна сводиться к голому экономическому интересу, т.к. она имеет весьма сложный характер, обусловленный множеством факторов (социальных, культурных, психологических и пр.).

В системе современного знания по проблеме социальной ответственности бизнеса достаточное внимание уделяется корпоративной социальной ответственности (КСО). КСО – это деятельность управленческого аппарата компаний, основанная на законных актах по социальному обеспечению своих работников, помимо этого готового нести затраты на поддержку своих сотрудников, исходя не столько из правовых норм, сколько из нравственно-этических суждений [9]. Примерами такой деятельности могут служить помощь в повышении квалификации, создание новых рабочих мест, организация баз отдыха и медицинских пунктов для восстановления здоровья сотрудников, эстетическое обустройство интерьеров рабочих помещений и окружающего ландшафта и пр. При соблюдении принципов КСО предприятия через позитивно-деятельностное отношение администрации к работникам косвенно реализуется содействие общей положительной динамике социального развития.

Исследователи отмечают, что культура социальной ответственности российского бизнеса находится в начальной стадии своего развития [8]. Одной из главных причин, очевидно, является наследие советского прошлого в организации социально-эконо-

мического строительства общественных процессов. В условиях государственной собственности на средства производства и планового хозяйства руководители промышленных предприятий действовали по указанию вышестоящих властных органов (партийных и советских), не имели возможности распоряжаться собственной прибылью, вследствие чего их личная инициатива по социальному патронажу работников и территориальных сообществ не могла сформироваться на высоком уровне. Должно пройти немало времени, прежде чем появятся бизнесмены нового формата, для которых прибыль станет хоть и главным, но не единственным приоритетом их деятельности.

Помимо экономического направления исследований в тематике социальной ответственности, сегодня продолжает быть актуальной проблема ответственности перед обществом разработчиков биотехнологий. Исследователь Н. Лазаревич замечает, что несмотря на то, что развитие биотехнологий идет стремительными темпами, оценка данного процесса у разных категорий общества не однозначна, по большей мере отрицательна. Причины этого она видит в том, что в новой области знания, какой является биотехнология, еще не накопилось достаточно опыта для обеспечения «собственной безопасности». Вторая причина – консервативное по своей сути общество массово не овладело хотя бы элементарными знаниями в этой сфере, поэтому пока у большинства сохраняется страх перед неизведанным, в общественном сознании мифологизируются возможные ужасающие последствия внедрения чужеродных элементов в геном растений и животных, что, по мнению обывателей, приведет впоследствии к неконтролируемому изменению генома самого человека, потребляющего генно-модифицированные продукты. Справедливым является высказывание Н. Лазаревич об этических аспектах дорогостоящих биотехнологических исследований в об-

ласти фармакологии, применение результатов которых может быть осуществлено лишь небольшой частью материально обеспеченных пациентов. При этом только 10% биотехнологических исследований направляется на поиск бюджетных средств для поиска методов борьбы с заболеваниями, которым подвержены 90% населения планеты. Таким образом подпитывается имманентное расслоение общества на бедных и богатых [10].

Общество потребления, пик развития которого пришелся в западных странах на вторую половину XX века, возникло в результате интенсивного развития промышленности по производству товаров массового потребления. Высокий статус в организации профессионального сопровождения производственно-технологического процесса принадлежит инженерному корпусу, в связи с чем проблема социальной ответственности инженера приобретает значимость как в системе самого производства, так и в сфере научного анализа. Современные исследователи видят разноуровневые подходы к обозначенной теме. Инженерное сообщество главным пунктом социальной ответственности инженера видит неукоснительное соблюдение техники безопасности при проектировании, производстве и эксплуатации предметов потребления [11]. Для примера, – желаемое удешевление производства не должно приводить к повышению рисков аварий, либо преждевременного выхода из строя произведенного предмета. На практике мы часто видим, что первоначальные серии определенных товаров (особенно продуктов массового потребления – телефонов, компьютеров, автомобилей, бытовой техники и пр.) значительно превосходят по качеству последующие серии выпуска этой же продукции. Это свидетельствует о приоритете экономического над этическим фактором социальной ответственности.

Исследователи в системе гуманитарного знания проблему социальной ответ-

ственности инженера видят, как правило, необозримо широко на уровне глобального и общебытийного осмысления. Несоблюдение принципов социальной ответственности в инженерно-технической сфере, по их мнению, может привести к катастрофам вселенского масштаба [11]. В таком разбросе подходов с подменой понятий «социальная ответственность инженера» понятием ответственности работника ИТР перед фирмой, работодателем, по мнению авторов статьи «Социальная ответственность инженера», настойчиво требуется определение аксиологических ориентиров технического образования, из которых в современной высшей школе часто вымывается ценностно-гуманистический фундамент.

Еще одним объектом рассмотрения на предмет реализации социальной ответственности в начале XXI века с окончательным формированием информационного общества, и особенно сегодня в сложный для страны и Европы период, становятся средства массовой информации (СМИ). В потоке материалов о СМИ как факторе глобализации, способной уничтожить культурные коды локальных этнических и территориальных сообществ, окончательно превратив их в массовые общности, находятся статьи, анализирующие деятельность конкретных региональных информационных организаций с позиций соответствия публикуемой ими информации современным социально-политическим проблемам. Так Э.В. Блинова, в качестве очевидной проблемы регионального телевидения г. Томска видит то, что журналисты стараются обходить острые темы современного кризиса, связанного с СВО и санкциями, а больше внимания уделяют облегченной просветительской тематике [12]. Нам видится здесь некоторая упрощенность подобной оценки, которая должна рассматриваться комплексно – с идеологической, морально-этической и коммерческой сторон, достаточно сложно переплетенных между собой. Так, не секрет, что важным источником финан-

сирования СМИ является реклама товаров и услуг. Рекламу некоторую категорию товаров и услуг (туристских услуг, средств гигиены, распродаж на маркет-платформах типа ОЗОН или Вайлдберриз и пр.) в перерывах передач о военных действиях с точки зрения общественной морали неприлично. Перед региональными радиостанциями и телекомпаниями стоит выбор – либо сокращать рекламу, либо меньше отводить времени на материалы социально-политического характера. При этом, мы знаем, что во всех регионах временной сегмент местного радио и телевидения намного уже, чем у общероссийских радиотелекомпаний, в вещании которых политико-идеологический компонент весьма значителен. Нет ничего предосудительного, если передачи местных вещательных компаний большую часть контента отдают темам культурно-просветительского плана. Порицанию подлежит полное отсутствие программ идейно-политического содержания, но на практике такие примеры вряд ли существуют. Общий вывод о соответствии деятельности региональных СМИ принципам социальной ответственности может быть сделан по тому влиянию, которое та или иная информационная компания оказывает на местное сообщество: формирует ли в обществе лояльность к политике государства, уверенность в позитивных прогнозах по развитию экономики и социальной сферы, транслирует ли отсутствие угрозы утраты этнокультурной идентичности. При этом становится ясно, что подготовка такого информационного материала может влиять на некоторые финансовые потери от рекламы, которые компенсируются чувством удовлетворения от исполненного долга перед обществом, позитивной ответной реакцией на публикации регионального населения.

В научных публикациях последних двух десятилетий эпизодически встречаются материалы о социальной ответственности в сфере образования, военного дела и других сфер деятельности [7, 13], не менее

важных, чем экономика, биотехнологии, инженеринг и СМИ. Отдельные исследования по теме социальной ответственности в этих сферах не так часты в силу того, что ответственность перед обществом системы образования и армии прописана на законодательном уровне и является обязательной к выполнению. Однако существует и в них ситуация, когда желание экономии на качестве средств деятельности может не учитываться в силу гуманистических и морально-этических соображений.

Заключение. Представленный анализ современных публикаций о социальной ответственности позволяет сделать следующие выводы:

- социальная ответственность может реализовываться в любых сферах общественных взаимодействий и деятельности. Помимо бизнеса, науки, экологии, образования, армии она может и должна проявляться в медицине, искусстве, культуре в целом;

- социальная ответственность как

способ позитивной реакции на запрос нуждающихся (индивидов, групп, общества) формируется весьма медленно в силу многообразных исторических, социально-экономических, общекультурных и психологических причин;

- социальной ответственностью сложно управлять, она не может формироваться по принуждению. В результате принуждения могут происходить единичные акты помощи, но в систему это не складывается;

- необходимо находить баланс экономических выгод и этических альтруистских ценностей, которые заложены в религиозных и традиционных системах этнических культур;

- темпы формирования социальной ответственности в разных сферах могут быть ускорены за счет научных изысканий в постнеклассическом формате, когда, например, вопросы для респондентов в ходе социологических исследований провоцируют у населения размышления по данному поводу, переходящие в идейные убеждения.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Конфуций. Беседы и суждения. Великие мыслители. – М.: Мир книги, 2006. – 352 с.
2. Попова А.А. Категория социальной ответственности в контексте развития философской мысли // Гуманитарный вестник. 2017. № 8 (58).
3. Платон. Сочинения: в 4-х т. Т. 2. Федон. – М.: Мысль, 1993. – 539 с.
4. Аристотель. Сочинения: в 4-х т. Т. 1. – М.: Мысль, 1976. – 550 с.
5. Ленк Х. Размышления о современной технике. – М.: АспектПресс, 1996. – 183 с.
6. Йонас Г. Принцип ответственности: Опыт этики для технологической цивилизации. – М.: Айрис-пресс, 2004. – 480 с.
7. Привалов Н.И. Механизм формирования социальной ответственности // Вестник военного образования. 2019. № 4. – С. 55–57.
8. Хваловская Н.О. Идеологема социальной ответственности // Всероссийский журнал научных публикаций. 2011. № 5. – С. 56–58
9. Беломестнов В.Г., Зандакова Э.Ш. Корпоративная социальная ответственность // Евразийский научный журнал. 2011. № 12. – С. 130–131.
10. Лазаревич Н. Биотехнологии и социальная ответственность // Наука и инновации. 2012. № 7 (13). – С. 25–27.
11. Артюхович Ю.В., Соловьев А.А. Социальная ответственность инженера // Вестник Костромского государственного университета. 2013. № 3. – С. 190–192.
12. Блинова Э.В. Социальная ответственность регионального ТВ // Журналистский ежегодник. 2014. – С. 11–13.
13. Косицын Е.А. Социальная ответственность дизайнера // Вестник магистратуры. 2018. № 2–2(77). – С. 78–80.

REFERENCES:

1. Confucius. Conversations and judgments. Great thinkers. M.: World of Books, 2006. 352 p.
2. Popova A.A. The category of social responsibility in the context of the development of philosophical thought // Humanitarian Bulletin. 2017. No. 8 (58).
3. Plato. Works: in 4 volumes. V. 2. Phaedo. M.: Mysl, 1993. 539 p.
4. Aristotle. Works: in 4 volumes. V. 1. M.: Mysl, 1976. 550 p.
5. Lenk H. Reflections on modern technology. M.: AspectPress, 1996, 183 p.
6. Jonas G. The principle of responsibility: Experience of ethics for technological civilization. M.: Iris-press, 2004. 480 p.
7. Privalov N.I. Mechanism for the formation of social responsibility // Bulletin of military education. 2019. (4): 55–57.
8. Khvalovskaya N.O. Ideologeme of social responsibility // All-Russian Journal of Scientific Publications. 2011. (5): 56–58
9. Belomestnov V.G., Zandakova E.Sh. Corporate social responsibility // Eurasian scientific journal. 2011. (12): 130–131.
10. Lazarevich N. Biotechnology and social responsibility // Science and Innovation. 2012. No. 7 (13): 25–27.
11. Artyukhovich Yu. V., Solovyov A.A. Social responsibility of an engineer // Bulletin of Kostroma State University. 2013. (3): 190–192.
12. Blinova E.V. Social responsibility of regional TV // Journalistic Yearbook. 2014. P. 11–13.
13. Kositsyn E.A. Social responsibility of the designer // Bulletin of the magistracy. 2018. 2–2 (77): 78–80.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов / The authors declare no conflict of interests

Информация об авторах

Бислан Юнусович Ашинов, аспирант
ФГБОУ ВО «Майкопский государственный
технологический университет», г. Майкоп,
Российская Федерация
e-mail: dislanashinov555@gmail.com
тел.: +7(961)9709399

Анжелика Руслановна Кумпилова, кан-
дидат экономических наук, доцент, заведующая
кафедрой маркетинга, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Майкопский государственный
технологический университет», г. Май-
коп, Российская Федерация
e-mail: andju@mail.ru
тел.: +7(928)6626070

Information about the authors

Bislan Y. Ashinov, postgraduate student
FSBEI HE «Maikop State Technological
University», Maikop, the Russian Federation
e-mail: dislanashinov555@gmail.com
tel.: +7(961)9709399

Anzhelika R. Kumpilova, PhD (Econ.), As-
sociate Professor, Head of the Department of
Marketing, Service and Tourism
FSBEI HE «Maikop State Technological
University», Maikop, the Russian Federation
e-mail: andju@mail.ru
tel.: +7(928)6626070

Поступила в редакцию 17.07.2023
Поступила после доработки 26.08.2023
Принята к публикации 27.08.2023
Received 17.07.2023
Revised 26.08.2023
Accepted 27.08.2023