

УДК 316.1

Н.Г. Багдасарьян, Н.Е. Миронова

Этические проблемы социологии: скрытые аспекты

Аннотация:

В статье анализируется усложнение профессии социолога в свете реалий современной науки, все в большей мере актуализирующей ценностные аспекты, проблемы этики исследователя. Особое внимание авторы уделяют вопросам нормы и морали, проблемам, стоящим перед социологом-консультантом во время проведения исследования в организации.

Ключевые слова: человек, социология, этика, проблема, управление, предприятие

Об авторах: Багдасарьян Надежда Гегамовна, профессор, доктор философских наук, Государственный университет «Дубна», заведующий кафедрой социологии и гуманитарных наук факультета социальных и гуманитарных наук; эл. почта: ngbagda@mail.ru

Миронова Наталия Евгеньевна, Государственного университета «Дубна», аспирант кафедры социологии и гуманитарных наук факультета социальных и гуманитарных наук; эл. почта: nataliya.e.mironova@yandex.ru

Еще в начале минувшего века Макс Вебер писал: «Не существует совершенно никакого «объективного» научного анализа культуры... Все знание культурной действительности... всегда является знанием, искаженным точкой зрения. ... «Объективный» анализ культурных событий, проводимый в соответствии с тезисом о том, что идеалом науки является редукция эмпирической действительности до «законов», бессмысленна... [поскольку]... знание законов общества не равнозначно знанию общественной действительности, но является скорее одним из многих способов, которые наш разум использует для достижения этой цели» [14].

Эта мысль великого социолога о возможных (и неизбежных) «искажениях» в анализе социокультурной реальности не только не потеряла своего значения в наши дни, но и приобрела – в связи с большей распространенностью исследовательского поля, ростом числа исследователей, усложнения самой реальности – чрезвычайную актуальность.

Общество, как особая реальность, обладает несколько иными свойствами, чем просто сумма индивидов. Это вовсе не исключает веберовского принципа методологического индивидуализма, согласно которому различные коллективные институты (нации, политические и религиозные структуры, предприятия) следует рассматривать исключительно как продукт действий отдельных личностей. Но главенствующее правило социологии заключается в том, что конкретные социальные явления должны объясняться исключительно социальными явлениями, чтобы максимально избежать «психологической или биологической редукции» [9, с. 15]. Данное правило подчеркивает значимость социологии как науки и обосновывает ее как самостоятельную отдельную дисциплину.

Социологу, который исследует общество, оно предъявляет особые требования. Сложность профессии состоит в том, что в любом исследовании возникают факторы и обстоятельства, препятствующие достоверности конечного результата. Их преодоление опирается на ряд качеств, совершенно необходимых профессионалу. Кроме того, что социолог должен обладать широким кругозором, математическим складом ума, уметь контактировать с людьми, быть беспристрастным, уровень его профессионализма прямо связывается с ответственностью за результаты проведенных им исследований.

Отсюда – целый ряд этических проблем социологической науки.

Например, социологическое исследование, сделанное на заказ в организации, чаще всего подразумевает выполнение работы для удовлетворения чьих-то нужд, потребностей. В понимании заказчика результаты исследования должны подтверждать лишь те проблемы, о которых он знает сам. Вскрытие неявных (глубоких), но острых проблем часто негативно воспринимается топ-менеджментом, подрывая их авторитет в глазах подчиненных, снижая управляемость, и деструктивно влияет на процессы стратегического планирования. Парадокс ситуации состоит в том, что руководство для управленческой консультации изначально нанимает беспристрастного и ответственного исследователя «из сообщества независимых, компетентных, имеющих гражданскую позицию экспертов со сформированной потребностью в социальной компетентности, свободного от фундаменталистских, анархических установок и идей» [4, с. 147]. Перед заказчиком всегда стоит вопрос – хочет ли он, чтобы социологическое исследование формально подтвердило какие-либо факты или же оно максимально объективно должно вскрыть существующие проблемы, найти «узкие места», ограничить круг проблем, и на основе полученного знания можно будет принимать эффективные управленческие решения. Если же социолог следует за желаниями заказчика, он оказывает псевдоуслугу, не решающую действительных

проблем [2, с. 124]. С другой стороны, в случае обнаружения тех социальных явлений, которые руководство предпочитало бы не афишировать, исследователь подвергается риску отрицательных рекомендаций и их последствий о себе как о специалисте в кругах топ-менеджмента иных организаций, потерей денежных средств, моральным травмам и психологическим нагрузкам.

Социальное управление в условиях перманентной глобализации представляет собой инновационную деятельность, осуществляясь в условиях изменений экономической, социальной, политической и иных видов обстановки. Соответственно, управленческие решения требуют поиска новых методов, средств и форм, а также резервов усиления системы менеджмента. Реалии современного социального управления, «неудержимое подражание западному опыту без учета социально-экономических условий России», ориентация топ-менеджмента исключительно на экономику и получение прибыли ограничивают работу многих исследователей процесса [6, с. 515]. При этом если получение прибыли сопровождается достижением конкретных социальных целей, то «благополучие человеческих ресурсов и социальная защищенность становятся дополнительным видом роста эффективности деятельности», обеспечивая стабильность и развитие компании [12, с. 43].

Специфической особенностью социального управления (как целенаправленного воздействия на организацию или процесс) является то, что объектом управления в ней выступают «организованные трудовые коллективы, учреждения, акционерные и частные производственные и коммерческие объединения» [5, с. 158]. Наличие системы управления предполагает единство субъекта и объекта управления. С одной стороны, субъект управления может управлять объектом с помощью различных команд, средств и методов. С другой стороны, объект управления имеет определенные мотивы, средства и способности для выполнения указаний руководства [7, с. 615]. Реальные трудовые отношения в некоторых организациях имеют конфликтные состояния, фундаментально подрывая единство системы. Социолог при проведении исследования должен быть готов к непредсказуемости и неожиданным изменениям, многие из которых угрожают целостности коллектива, функционированию трудовых отношений. Перед исследователем в данном случае стоит задача не только выявления «узких мест» для устранения неэффективного управления, но и преодоления кризисов, спровоцированных действиями людей, «мотивы поведения и потребности которых часто носят нерациональный, труднопредсказуемый, эгоистический характер» [8, с. 110]. Оценка данных факторов и выбор методики устранения

межличностных проблем – не слишком легкая для социолога задача. Здесь необходимы еще и психологические кондиции. Не подменяя психолога, социолог, включая в исследование анализ мотивов поведения людей, выявляет истинные трудности и скрытые проблемы. Консультирующий социолог должен уметь отвечать на современные запросы, иметь «soft-skills»¹ и обладать множественными навыками. В частности, находить исследовательский консенсус: между управлением проблемами и антикризисным планированием, управлением в условиях кризиса и посткризисным восстановлением, переходу к нормальной работе фирмы. Справедливо отметить, что эти функции входят в компетенцию менеджера по антикризисному управлению, но и социолог должен понимать стратегию разрешения управленческих проблем.

Одним из противоречивых и проблемных методов в социологии является социометрия. Основная идея социального измерения (социометрии), артикулированная американским психиатром и социальным психологом Джоном Морено – обнаружение сильных межличностных связей между членами групп, наиболее импонирующих друг другу и наоборот. На основе этих связей фиксируются конфликты и напряжения из-за несоответствия состава микро и макрогрупп. Социометрическая методика, исследуя симпатии и, соответственно, антипатии, призвана изменять взаимодействие внутри структурных подразделений и социальных групп, выявляя самых близких или, наоборот, психологически неприемлемых друг для друга сотрудников. Этические проблемы при применении данного метода состоят в том, что актуализируются вопросы личного, глубоко эмоционального плана, без осознания работниками, что социометрия необходима для устранения проблем, решения задач не только лишь в контексте микро-стратегии, позволяющей достичь «простых линейных результатов, находящихся в зоне ближайшей видимости» [11, с. 382]. В большинстве случаев коллектив не понимает всей важности метода социометрии и относится к нему как к некому психологическому тренингу или тесту для подтверждения социального статуса «своего» или «чужого». Безусловно, даже при анонимности социометрического эксперимента, некоторые боятся, что их ответы каким-либо образом предадут огласке и коллектив узнает об антипатиях, что может привести впоследствии к открытому конфликту на предприятии. Единственным выходом, по мнению участников социометрических исследований, недопущения подобного развития событий

¹Гибкие навыки (инициативность, находчивость, умение спокойно относиться к энтропии, умение масштабировать свой труд, любопытство, энтузиазм, амбициозность, стремление к самосовершенствованию, терпение, чувство юмора и т. д.)

является ложь при ответах, скрытность или принципиальное отсутствие ответов. Социолог в данном случае не имеет возможности объективно и полно обработать полученные данные, выяснить симпатии и антипатии внутри микрогрупп, предложить руководству (заказчику исследования) пути решения актуальных задач. Во многом при применении социометрического метода в организации руководству изначально стоит настроить коллектив, предпринять возможные действия, чтобы в понимании каждого работника было осознание всей важности проведения такого измерения. Члены группы должны быть информированы о добровольности участия, анонимности, конфиденциальности, отсутствии вреда. С целью соблюдения необходимой практики исследования может возникнуть необходимость проведения на предприятии постоянного полевого надзора или же проведения тренинга.

Одной из наиболее ярко выраженных проблем социологии является этика социолога, мировоззрение, эмпатия, личная мораль [3, с. 128]. Основы нравственных качеств закреплены в различных вариациях кодекса социолога, где формируется единая система ценностей профессиональной деятельности исследователя. Однако практика его работы основывается не только на соблюдении формально закрепленных постулатов, но и на личных ценностях, индивидуальном и уникальном опыте, культуре поведения и морали: «ответственный сбор данных и предвосхищение последствий публикации результатов третьими лицами – обязанность, которая не может быть опущена социологом даже при конфликте социальных интересов» [13, с. 106].

К непосредственным обязанностям социолога можно отнести и соблюдение международных и национальных правовых положений, принятых стандартов этики. В частности:

1. Получение согласия комиссии по профессиональной этике на проведение социологического исследования.
2. Получение поддержки общественных и государственных корпораций, их содействие и заинтересованность в развитии исследования.
3. Подготовка исследователя к проведению работы с респондентами, которая включает в себя определение уровня грамотности и образованности человека, его защиту и умение реагировать на вопросы, нахождение респондента в сложной жизненной ситуации или в состоянии алкогольного (наркотического) воздействия.
4. Обеспечение команды исследователей-социологов подтверждающими документами (например, удостоверениями).

5. Рассмотрение способов привлечения в группы исследования маргинализированных и менее заметных слоев населения вместе с более активными и доступными.

6. Решение вопросов морального и материального поощрения участия людей в исследовании, необходимой компенсации на транспортные расходы.

7. Защита респондентов с целью конфиденциальности и анонимности при проведении исследования.

8. Уведомление заказчиков целевой группы исследования и иных заинтересованных сообществ о результатах проведенного социологического исследования.

При изучении всего многообразия социальности (например, социальных: организаций, конфликтов, контроля и взаимодействия) социолог-профессионал должен осознавать, что его интерпретация результатов исследования, их объективность и точность влияют на достоверность результатов его коллег, использующих первичные данные. От профессионализма и точности социолога во многом зависят возможность решения социальных противоречий, успех разрешения конфликтов и сохранение социальной стабильности.

Возрастающая роль профессиональной этики исследователя обусловлена усилением позиции профессиональной морали в жизни современного общества. Необходимость повышения моральных требований, обновления этических кодексов прежде всего проявляется в тех областях деятельности, которые связаны с обучением, «воспитанием и удовлетворением потребностей» [10, с. 95]. Профессиональная деятельность социолога относится к данному виду, так как она призвана не только развивать социальные процессы, но и самосовершенствовать личность. В специализированной литературе дефиниции профессиональная «этика» и «мораль» часто синонимичны. Однако есть принципиальное различие: об этике принято говорить в связи с наличием прописанных этических норм для конкретных групп специалистов (например, кодекс этики социолога), а нормы морали не всегда закреплены в письменном виде и подразумевают высокое нравственное начало человека, «регулирующее поведение профессионала» [1, с. 87].

Важная составляющая профессиональной деятельности – доверие со стороны общественности, коллег, спонсоров и клиентов исследования. Руководство предприятия должно доверять исследователю, вместе с ним вырабатывать критический взгляд на социальные процессы в организации, искать пути активизации человеческого фактора, учитывать социальные и психологические настроения в коллективе с учетом присущей

людям изменчивости и нестабильности в межличностных отношениях, которые прямым образом влияют на результативность их работы. Топ-менеджмент любой фирмы должен понимать, что с помощью социологических методов легче исследовать и выявлять причины в начале конфликтной ситуации, чем их устранять на фоне пикового столкновения интересов и, возможно, противоборства работников, которые влекут за собой снижение результатов труда, потерю прибыли и падение иных экономических показателей деятельности организации. Вспомним здесь вновь веберовский принцип методологического индивидуализма, постулирующий значимость индивида в формировании социальности.

Библиографический список:

1. Абрамов Р.Н. Профессиональная этика в контексте социологии профессий: зарубежный опыт // Социологические исследования. 2018. № 7. С. 87-94.
2. Аймаутова Н.Е., Онзимба Ленюно Ж.Б., Трыкина О.А. Этические проблемы социологической работы в условиях рынка // Вестник РУДН. 2013. № 2. С. 124-138.
3. Быков А.В. Социология морали и эволюционная теория: история и перспективы взаимодействия // Социологические исследования. 2017. № 1. С. 127-136.
4. Волков Ю.Г. Социология будущего: социологическое знание и социальный проект. М.: КНОРУС, 2018. 178 с.
5. Григорян М.Э. Определения дефиниции «социальное управление» и функции социального развития современной организации // Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. № 1. С. 157-159.
6. Демидова С.С., Семенова В.Г. Социальное управление производственными компаниями: критический анализ отечественных и зарубежных концепций // Современные исследования социальных проблем. 2015. №6 (50). С. 510-524.
7. Дмитриченкова Е.О. Управляемость обществом и организациями как актуальная проблема социологии управления // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. 2015. № 3-4. С. 613-619.
8. Зуб А.Т. Ситуационное планирование в антикризисном управлении: рецепт успеха // Государственное управление. Электронный вестник. 2017. № 64. С. 109-139.
9. Мацкевич А.Ю., Мацкевич И.В. Возможности социологического объяснения управленческих процессов // Теория и практика общественного развития. 2016. № 6. С. 14-19.
10. Некрасов Н.А. Этические проблемы прикладных социологических исследований // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2018. № 3. С. 95-99.
11. Сафронов А.П. Социология управления: изнанка деловой власти. М.: ЛЕНАНД, 2017. 400 с.
12. Шепелев П.В. Сущность и содержание социального управления в современных организациях // Теория и практика общественного развития. 2016. № 12. С. 42-44.
13. Jedynek W. Ethical Problems of the Sociologists Profession. Polish Perspective // Economics and Sociology. 2014. Vol. 7, № 4. Pp. 104-112.
14. Weber M. Sociological Writings [Electronic resource] / Ed. by Wolf Heydebrand, published in 1994 by Continuum. Sections on foundations reproduced here; Transcribed: by Andy Blunden in 1998, proofed and corrected 1999. New York: Continuum, 1999. 321 с. URL:

<https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/weber.htm>
12.12.2018).

(Access:

Bagdasaryan N.G., Mironova N.E. **Ethical problems of sociology: hidden aspects**

In the article, from the point of view of sociology of management, the complexity of the profession of a sociologist is considered, the system of human values is updated and the problems of the researcher's ethics are identified. The authors pay special attention to the issues of norms and morals, problems facing the sociologist-consultant during the research in the organization.

Keywords: man, sociology, ethics, problem, management, enterprise