

СОЦИАЛЬНЫЙ АНТРОПОЛОГ НА СЛУЖБЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ

ОЛЕГ АЛЕКСАНДРОВИЧ БАЗАЛЕЕВ^[1]

✉ OLEG.A.BAZALEEV@MAIL.RU

^[1] НЕЗАВИСИМЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬ

Для цитирования статьи:

БАЗАЛЕЕВ, О. А. (2019). Социальный антрополог на службе промышленных корпораций. Фольклор и антропология города, II(3–4), 154–177. DOI: 10.22394/26583895-2019-2-3-4-154-177.

Крупные промышленные проекты нанимают корпоративных социальных антропологов. Что это за работа, почему в ней надо уметь распутывать загадки, быть «переводчиками с местного языка на корпоративный» и предупреждать, где может быть спрятана «красная кнопка»? Об этом статья Олега Базалеева, который в этой роли работал в нефтегазовых и горнодобывающих компаниях на Сахалине, на Ближнем Востоке, в странах Западной Африки и Южной Америки. В настоящее время он руководитель по социальным вопросам нефтяной компании из ОАЭ, живет и работает в иракском Курдистане.

В статье выделяются закономерности успешной работы антрополога в ситуациях кросс-культурного взаимодействия, приводятся иллюстрации из профессиональной практики автора, раскрывается, какими навыками и знаниями должен обладать социальный антрополог на службе промышленных корпораций, а также рассматриваются этические вопросы, возникающие при такой работе.

Ключевые слова: кросс-культурная коммуникация, прикладная антропология, этика

SOCIAL ANTHROPOLOGIST EMPLOYED BY INDUSTRIAL CORPORATIONS

Oleg A. Bazaleev^[1]

✉ OLEG.A.BAZALEEV@MAIL.RU

^[1] INDEPENDENT RESEARCHER

TO CITE THIS ARTICLE:

BAZALEEV, O. (2019). SOCIAL ANTHROPOLOGIST EMPLOYED BY INDUSTRIAL CORPORATIONS. *URBAN FOLKLORE & ANTHROPOLOGY*, II(3–4), 154–177. DOI: 10.22394/26583895-2019-2-3-4-154-177. (IN RUSSIAN).

Large industrial projects are hiring corporate social anthropologists. What is this job about? Why do corporate anthropologists have to solve riddles, translate things “from native language into corporate language” and know where the “red button” might be hidden? The article by Oleg Bazaleev, who has worked as a corporate anthropologist in oil and gas and mining companies in Sakhalin, Middle East, West Africa and South America, answers all these questions. Oleg is currently based in Iraqi Kurdistan and holds the position of the social affairs manager in a UAE oil and gas company.

The article highlights chief patterns of successful anthropological work in cross-cultural interactions, provides cases from the author's professional experience, covers the skills and knowledge necessary for a social anthropologist employed by industrial corporations, and also dwells on ethical issues resulting from such work.

Keywords: cross-cultural communication, applied anthropology, ethics

Есть такая профессия: запутанные вещи прояснять

Типичный портрет социального антрополога на службе добывающих природные ресурсы корпораций — это человек с соответствующим профильным образованием, который либо работает в штате компании, либо оказывает ей консультационные услуги. Обычно их нанимают на крупный нефтегазовый или горнодобывающий проект в одной из стран Африки, Ближнего Востока, Юго-Восточной Азии или Южной Америки. Причем территория вокруг промышленного проекта густо населена — там живут десятки или сотни тысяч людей, а социальная обстановка изначально довольно сложная.

Причины у непростой социально-экономической ситуации могут быть разные. Где-то только что закончился вооруженный конфликт или его угли еще тлеют (т. н. *post-conflict environment*), где-то местные жители живут в условиях экстремальной бедности, где-то непредсказуемая политическая ситуация или разгул криминала, а в каких-то местах длинным «хвостом» тянется многолетняя история противостояния людей и промышленного проекта. В такой изначально накаленной обстановке компании могут сталкиваться с блокадой дорог местными жителями, разгромом оборудования, угрозами, требованиями принять на работу, попытками силового решения конфликтов — и так далее.

Корпоративных антропологов, работающих на ресурсодобывающие компании, сравнительно немного — наверное, не больше двух-трех сотен человек по всему миру. Чем они занимаются, и для каких целей корпорации их нанимают? Об этом и поговорим.

Для начала две истории¹.

История первая:

Жители одной из деревень в Западной Африке выдвинули, на первый взгляд, странное и нелогичное требование: они хотели, чтобы один из наших рудников, расположенный на значительном расстоянии от населенного пункта, сообщал им о времени взрывов в карьерах.

Производственный персонал не всегда предупреждал заранее о взрывных работах в дальних карьерах — ведь детонация на таком расстоянии никак не могла не то чтобы влиять на деревню, но даже ощущаться селянами! Однако любой случай, когда о будущих взрывах не сообщалось, вызывал острую реакцию со стороны селения и его обитателей. В некоторых случаях жители деревни перекрывали дороги и блокировали транспорт рудника.

¹ Все приведенные в этой статье примеры — либо из моей практики, либо ситуации, которые я мог непосредственно наблюдать у работающих неподалеку компаний. — О. Б.

В чем же было дело? Оказалось, что некоторые из жителей промышляли нелегальной добычей золота и тайно проникали в окрестности рудника, копая там глубокие самодельные шахты. Взрыв внутри карьера мог вызвать вибрацию и обвал кустарно сделанного штрека, похоронив под тоннами земли отчаянного копателя. Поэтому люди требовали информации о взрывах, но по понятным причинам не могли раскрыть, почему для них это важно. После того, как стала понятна мотивация жителей, мы стали регулярно информировать деревню о планируемых взрывах.



Илл. 1. Один из установленных аншлагов, информирующий о месте и времени взрывов на карьере. Сотрудник по связям с населением дублирует эту информацию для деревень при помощи телефонных звонков главам поселений. Фотография автора



Илл. 2. Нелегальные старатели около рудника компании в Гвинее. Фотография автора

История вторая:

В одной из больших деревень на юге Ирака, располагающейся у нефтегазового месторождения, где я тогда работал, решили установить две детские площадки как часть социальной программы. На собраниях с деревенскими жителями те сами говорили о важности такого рода сооружений — так что, казалось бы, это дело, которое вряд ли может вызвать противодействие. Одна из площадок уже активно строилась, но сборка второго игрового комплекса вдруг неожиданно была прервана пришедшими туда неизвестными людьми, которые потребовали немедленно прекратить работы. О причинах остановки они наотрез отказывались говорить.

Оказалось, что живущее в этой части деревни племя занималось предоставлением тайного убежища тем людям, которые из-за «кровной мести» или по каким-то еще причинам были в бегах. И детская площадка была для них угрозой — дети и подростки из разных концов деревни, которые будут туда приходить, могут между делом заметить незнакомых людей. Информация об этом распространится внутри деревни и за ее пределами, могут последовать конфликты и «разборки». Место игровой площадки пришлось перенести.

Одна из главных функций (и, вне всяких сомнений, наиболее зрелищная) социального антрополога на службе корпораций — это как раз «распутывание» подобного рода клубков загадок, недоговариваний и недопониманий, связанных с жизнью местного сообщества, которые могут осложнить жизнь промышленного проекта.

Но вообще-то у корпоративного антрополога есть шесть основных задач.

Во-первых, с самых ранних стадий промышленного проекта надо понимать, «как там все работает», то есть на микроуровне разобраться, как устроены местные сообщества, интересы которых будут затронуты при реализации промышленного проекта.

Во-вторых, требуется «переводить» это знание на «корпоративный язык», с тем чтобы самые разные представители компании понимали логику местных сообществ и динамику событий.

В-третьих, надо предвидеть проблемные вопросы в кросс-культурных коммуникациях между иностранцами на проекте и местными жителями и по возможности стараться не допустить «эффекта красной кнопки».

В-четвертых, необходимо делать оценку возможного воздействия проекта на окружающих, чтобы выяснить, нет ли рисков для местных жителей.

В-пятых, руководить подразделением, отвечающим за взаимодействие с местными сообществами.

В-шестых, необходимо проводить профессиональную экспертизу в сфере применения международных стандартов и рекомендуемых практик по социальным вопросам.

Между двумя племенами: короткая память, лосиная охота и конец «медового месяца»

Антропологические знания, внимание к деталям и навыки кросс-культурных коммуникаций требуются не только для того, чтобы решать «задачки со звездочкой» про уклад дальних деревень и кланов. Не

секрет, что истоки многих проблем между промышленными проектами и местными жителями зарождаются гораздо ближе, чем можно подумать — в вагончиках-бытовках самих промышленных проектов и в залах заседаний.

Одна из важных задач корпоративных антропологов — это «переводить» с местного языка на корпоративный язык и обратно. То есть вовремя обращать внимание на многочисленные кросс-культурные различия между двумя большими «племенами» — персоналом промышленных компаний и жителями.

В отличие от уникальных ситуаций-загадок, которые периодически подбрасывают местные сообщества, на стыке этих двух «племен» мы, наоборот, имеем дело с повторяющимися практически на каждом проекте ситуациями.

Разные форматы лидерства. Руководитель проекта или компании готов принимать быстрые и единоличные решения и имеет на то полномочия. Лидеру местного сообщества, клана или группы в большинстве случаев требуется гораздо больше времени для принятия решения — так как этому должны предшествовать один или несколько раундов обсуждений проблемы членами этого сообщества. Если есть вопросы для обсуждения с местными сообществами, то необходимо закладывать на это больше времени — часто это дополнительные недели и месяцы.

Особенности «корпоративной памяти». Пожалуй, мало что производит столько проблем для самой компании, как ее «корпоративная память», которая очень коротка — особенно по сравнению с «местной памятью». Среднестатистический работник промышленного проекта куда-то перемещается по горизонтали или вертикали раз в 3–4–5 лет, и часто корпорация через это же время естественным образом и абсолютно искренне «забывает» о том, что когда-то было обещано компанией людям, живущим по соседству. Письма теряются, разговоры забываются, история вопроса стирается в памяти, а новые люди не в курсе важности старой проблемы... Да и сам промышленный проект может сменить владельца, отчего поменяется весь ключевой персонал.

Подрядные организации по геологоразведке для корпоративных антропологов вообще стали притчей во языцех — порой эти кратковременные работы длиной в несколько месяцев оставляют глубокий шрам на годы вперед в отношениях с местными жителями, если недобросовестные подрядчики раздают обещания, не собираясь их выполнять. Рассказывают то ли байку, то ли быль, как где-то в Африке во время такой геологоразведки даже вкопали в землю столбы, обещая провести в эту местность электричество — в реальности не собираясь ничего этого делать.

В отличие от находящихся в перманентной ротации сотрудников компании, местное сообщество помнит все: люди часто живут на одном и том же месте всю жизнь.

Особенности «местного времени» — еще одна тема, на которую можно говорить долго, а то и бесконечно. Однажды у нас была переписка с

одним из канадских индейских племен по поводу организации визита. Обмен электронными письмами шел ежедневно и вдруг неожиданно оборвался — причем, что называется, на полуслове. Переписка возобновилась примерно через месяц — все так же, с полуслова. Оказалось, что началась охота на лосей, и наш собеседник ушел в леса.

Похожая ситуация возникала, когда я руководил социальными вопросами на нефтегазовом проекте «Сахалин-2» и сталкивался с необходимостью в ускоренном порядке финансировать социальные проекты, по которым для коренных малочисленных народов Севера покупались лодки и лодочные моторы. Скорость была важна по одной причине: либо все это должно быть приобретено до начала лососевой путины — либо уже и не надо...

Есть начало — нет конца. У бизнеса в порядке вещей прагматичный подход: возникла проблема — начали ее обсуждать и решать. Однако для взаимодействия со стейкхолдерами (stakeholder engagement) такой подход не работает. Люди говорят: «Вас видно только тогда, когда у вас проблема и вы в нас нуждаетесь». Доверие между сторонами в этом случае не возникает. Иными словами, у процесса взаимодействия со стейкхолдерами есть начало, но не бывает конца и перерывов.

Конец «медового месяца» случается практически на каждом длинном проекте. Когда приходит компания, создает рабочие места и возможности для местных подрядчиков, то первые два-три года (а иногда и дольше) отношения можно назвать идеальными — как в «медовый месяц» у только что поженившейся пары.

Однако проходит время, и персонал компаний начинает недоумевать и жаловаться: что-то «сломалось» в местном сообществе, сплошным потоком идут жалобы, обвинения, что компания делает недостаточно для людей вокруг — а потом рукой подать до перекрытия дорог и акций протеста. На самом деле это в каком-то смысле естественный процесс. Местное сообщество адаптировалось к новому уровню благополучия, и у него возникают уже новые ожидания. Можно долго рассуждать, оправданно это или нет, но такие ситуации возникают практически повсеместно, и к ним можно и нужно готовиться заранее.

Помимо непростых взаимоотношений между сотрудниками компании и местными жителями всегда, разумеется, есть кросс-культурные отличия между людьми разных национальностей, работающих на крупном проекте.

Кросс-культурная коммуникация и сломанный нос

Вопрос кросс-культурных коммуникаций в последние годы стал таким популярным, что про них не пишет только ленивый. И, как с любой «хайповой» темой, рано или поздно маятник качнется в другую сторону. И уже слышны голоса, что, мол, тема переоценена, и так ли уж важно не задеть ничьи чувства неправильным словом или жестом?

Где-то, возможно, это и не важно. Однако если ты реализуешь промышленный проект в окружении тысяч людей разных культур, разного уровня образования, интересов и устремлений, то невнимание к кросс-культурному взаимодействию может усложнить жизнь — а то и укоротить ее.

Когда я работал в Ираке, то недалеко от нашего месторождения произошел такой случай. Дело было во время священного для мусульман-шиитов месяца Ашура — этот период считается временем траура, когда поминуют шиитских мучеников. В эти дни на юге Ирака, согласно местным традициям, многие прикрепляли к своим машинам черные или зеленые флаги с портретом или именем шиитского мученика имама Хусейна ибн Али.

Известная охранный компания G4S предоставляла охранные услуги не менее известной международной нефтесервисной компании, и на стоянке несколько бронированных внедорожников готовились к выезду. Один из водителей-иракцев решил (повторюсь: под влиянием год от года становящейся все более распространенной локальной традиции) прикрепить флаг к своему автомобилю — в чем, с точки зрения местного жителя, была несомненная логика.

Британец-экспат, который возглавлял эту группу охраны, этот флаг убрал и в категорических выражениях запретил впредь делать что-то подобное. Его действия тоже были по-своему логичны: все бронированные конвои в Ираке — это одинаковые «лэндкрузеры» белого или (редко) черного цвета, что на расстоянии делает машины неотличимыми одна от другой. Это дополнительная степень защиты, так как осложнит нападение, если агрессорам нужна какая-то конкретная машина. «Плохим парням» сложно понять, вообще та ли это колонна машин, которая им нужна? И даже если колонна та самая, не получится ли, что вместо автомобиля с ценными пассажирами они попытаются штурмовать машину с охраной?

Если кто-то прикрепляет флаг к машине, то это, с точки зрения служб безопасности, может выглядеть как невольная ошибка, которая может демаскировать машину, а то и как сознательное намерение пометить какой-то конкретный автомобиль!

Как бы то ни было, когда экспат этот флаг то ли убрал, то ли сорвал (тут версии расходятся), то страсти накалились моментально, вокруг собралась толпа, воспринявшая случившееся как неуважение к священным для местных жителей персоналиям и датам.

Дальнейшее можно самим увидеть на роликах в интернете (они существуют как минимум в нескольких версиях, явно снятых разными людьми на разные телефоны)².

Если коротко, то экспат сначала пытался закрыться от разъяренной толпы в своей машине, которую штурмовали люди с лопатами, кирками и металлическими прутьями. Потом толпа тащит его по дороге. В конечном счете, охранника доставили в больницу со сломанным носом, переломанными пальцами и ушибами, но все могло бы закончиться и гораздо хуже.

К слову, у нас на месторождении тоже был похожий случай, к счастью, не приведший к плачевным последствиям — благодаря оперативному вмешательству моей команды. В вагончике на одной из буровых установок геолог-экспат из лучших побуждений решил навести порядок. И в числе прочего снял со стены и велел убрать (по другой версии, снял, скомкал и выкинул в мусорную корзину) прошлогодний пыльный календарь с изображениями на религиозную тему.

² <https://www.youtube.com/watch?v=vWe8X2QpgSI>

Быстро собралась разгоряченная толпа, буквально за час слухи о происшествии, обрастая все более фантастическими подробностями (в одной из версий геолог якобы на самом деле был отставным американским морпехом, который до этого воевал с иракской армией), облетели окрестные деревни.

Однако путем переговоров с местными лидерами напряжение получилось снять. Геолога благополучно вывезли в аэропорт, и он покинул страну. Впрочем, месяца через три, когда страсти поутихли, этот специалист хотел вернуться, но ни мы, ни службы безопасности добра на это так и не дали: мало ли что может случиться.

«КРАСНАЯ КНОПКА» БЛИЖЕ, ЧЕМ КАЖЕТСЯ

Написанное выше показывает, какими болезненными (часто в прямом смысле слова!) могут быть последствия невнимания к кросс-культурным моментам. Рассказы о таких опасных инцидентах, естественно, становятся частью корпоративного фольклора компаний, где они происходили, и начинают передаваться «из уст в уста» новым «поколениям» сотрудников.

Проблема в том, что очень часто такого рода истории рассказывают в качестве свидетельства «непредсказуемых местных нравов» или «экзотичных локальных обычаев» — а вовсе не как закономерный итог неких процессов, которые потенциально можно было предвидеть и предотвратить. В каком-то смысле это напоминает известную фразу «Просто не учи физику в школе, и вся твоя жизнь будет наполнена чудесами и волшебством» — только в данном случае роль «физики» играют социальные процессы.

Одна из задач корпоративного социального антрополога — понимать и помогать другим разобраться, где может возникнуть так называемый «эффект красной кнопки». Так часто называют ситуацию, когда, на первый взгляд, чуть ли не на пустом месте возникает вспышка общественного негодования и гнева.

Классический способ не допустить «эффекта красной кнопки» — это идентификация священных для местного сообщества мест.

Например, в Западной Африке, где среди населения много приверженцев анимистических культов, в окрестностях деревень встречаются священные места, которые неподготовленный человек может даже не заметить. Например, это может быть просто большое дерево, или приметный большой камень, или высокий холм.

Когда планируется расширение рудника, то обязательно проводятся консультации с местным населением о территории, где будет новый карьер: в числе прочего надо выяснить, есть ли там священные места, и если есть, то можно ли их перенести на новое место (по местным обычаям, такое возможно в результате довольно сложной церемонии, предпринимаемой старейшинами).

Важно понимать, что «эффект красной кнопки» может возникать в любой стране: и в беднейшем государстве, и на благополучной и экономически развитой территории.

В 2011 году я со своими коллегами был в командировке в Ирландии с визитом в формате lessons learned: изучение совершенных ошибок, чтобы не допускать их впредь. Нефтегазовая компания, в которой я тогда работал, за несколько лет до этого начала реализацию газового проекта на северо-западе страны. Газ с расположенного в море месторождения по 90-километровому трубопроводу должен был подаваться на сушу, на установку комплексной подготовки газа.

Реализация этого проекта была на несколько лет остановлена в 2005 году в результате массовых и жестких по форме протестов. Поводом для протестов было отчуждение земли под прокладку трубопровода у нескольких местных жителей.

Когда мы общались с непосредственными участниками тех событий (по обе стороны баррикад) и расспрашивали о том времени, то оказалось, что изначально далеко не все из будущих участников массовых протестных акций разделяли цели протеста. Более того, некоторые вообще были сторонниками газового проекта, но поменяли свою точку зрения буквально за несколько часов.

Оказалось, что все изменилось, когда местные ирландские суды стали выносить решения против оппонентов проекта. Как нам объяснили, тут сработал фактор исторической памяти. Дело в том, что в XIX веке, когда Ирландия была под властью Великобритании, именно подконтрольные британцам администрация и суды были инструментом для отбирания земли у населения. И единственным способом этому противостоять было подниматься всем, как один, на акции протеста.

С тех пор прошли десятилетия, администрация и суды полностью другие, но болезненная память осталась. По словам наших собеседников, если на кону стоит земля, а суды помогают ее изымать, то многие жители воспринимают участие в протестах как свой гражданский долг — и конкретные обстоятельства дела тут уже становятся не важны.



Илл. 3. На фото священное дерево около одной из деревень в Буркина-Фасо. Фото сделано уже после того, как при помощи специальной церемонии святость этого места была перенесена на другое дерево около новой деревни, построенной рудником. В противном случае не рекомендовалось бы делать такую фотографию (хотя прямого запрета нет). Фотография автора

У «эффекта красной кнопки» есть опасная особенность — механизмы этого явления могут быть скрыты где-то в истории, а не лежать на поверхности. Как известно, в социальных процессах границы и правила часто становятся видимыми, только когда их нарушают. В этом смысле проблема «красной кнопки» подобна неизвестно где закопанной мине: рвануть может в самом неожиданном месте и самым неожиданным способом. Надо принять как данность, что часто корпоративным антропологам приходится либо оперативно устранять последствия уже нажатой «красной кнопки», либо делать так, чтобы на те же грабли не наступили еще раз.

Однако если компания на протяжении длительного времени тесно взаимодействовала с жителями, добросовестно выстраивала отношения и участвовала в жизни местного сообщества, то даже существенное невольное нарушение местных социальных норм (или даже табу) может оставаться без последствий — так как люди не сомневаются в искренности намерений промышленной компании и делают скидку на незнание «чужаками» местного контекста:

Во время работы в южном Ираке мы проводили довольно-таки рутинный опрос общественного мнения в многотысячном населенном пункте около нашего месторождения о том, какая общественная инфраструктура, построенная при помощи нашего нефтегазового проекта, кажется людям наиболее полезной.

Неожиданно опрос преподнес сюрприз. Длинный парк вдоль дороги, который был за несколько лет до этого благоустроен и обнесен декоративной оградой за счет компании, получил очень много резко отрицательных оценок.

Спросили у людей: а почему так? И еще более удивительная единодушная реакция: сам парк-то полезный, но понятно, что вы его обустроили не просто так, а чтобы обратить нас, мусульман, в христианскую веру.

– ???

– Так вы на ограду посмотрите, она вся из христианских крестов состоит.

Посмотрели на ограду, где каждая секция состояла из приваренных друг к другу прямоугольных в сечении профилей, образующих незамысловатый рисунок. В центре каждой секции — две крестообразно соединенные планки. При изрядной доле воображения их можно принять за перевернутый христианский крест (то, что за пропаганду христианства приняли перевернутый символ, вполне извинительно — большинство людей вряд ли могут похвастаться подробным знанием религиозной символики у чужой конфессии).

Однако несколько лет сотни человек, работавших на проекте, проезжали вдоль этого парка по дороге на месторождение, но никто не обращал внимание, что этот рисунок кто-то может воспринять как религиозный прозелитизм!

В других условиях, возможно, такая ограда стала бы проблемой. Однако много лет сотрудничества между нефтегазовой компанией и местным сообществом делали свое дело: вряд ли кто-то подозревал компанию в нечестной игре.

Впрочем, на каждый «крест» на всех секциях кто-то прикрепил маленькое пластиковое изображение пальмы — видимо, чтобы все-таки превратить крестообразный символ в декоративный элемент.



Илл. 4. Тот самый парк и его ограда. Фотография автора

ЗАЧЕМ ПРИЗЫВАТЬ «ВАРЯГОВ»?

Мало какой вопрос вызывает в корпоративной антропологии столько споров, как дилемма «свои или чужие». Кто лучше на позиции корпоративного антрополога: местный житель или иностранец-экспат? В настоящее время есть консенсус по поводу того, что именно иностранец-экспат на позиции корпоративного антрополога (и одновременно руководителя отдела по связям с населением) — это оптимальный вариант, когда вокруг неспокойно. Дело в том, что включенность в местное общество, которая есть у местного сотрудника, может быть не только преимуществом, но и существенным недостатком.

Во-первых, местный сотрудник особенно в традиционных обществах так или иначе связан десятками связей и взаимозависимостей с другими членами общества. Его социальная роль как сотрудника проекта (которая к тому же может быть временной) может входить в противоречие с другими принятыми на себя социальными ролями и обязанностями. Например, как сотрудник проекта он обязан сказать «нет», если глава твоего рода требует принять решение в обход тендерных процедур, однако его же социальная роль «правильного» члена своего рода требует сказать «да».

Во-вторых, что еще важнее, местный сотрудник более уязвим, чем экспат, для запугивания или силового воздействия, ведь и он, и члены его семьи живут в местном населенном пункте (экспаты, как правило, живут в охраняемых лагерях, а их семьи за тысячи километров). Например, в Ираке один из местных сотрудников отдела по связям с населением однажды увидел перед своим домом пикап с несколькими людьми из племени, которое было недоволено результатами проведенного тендера, причем незваные гости выкрикивали оскорбления и угрозы в

его адрес. Если бы не вмешалась компания, то за таким давлением могли последовать другие, более серьезные формы запугивания (расправа с сотрудником, подрыв машины и т. д.).

По этим причинам, когда я работал в Ираке руководителем отдела по социальным вопросам, то мои местные сотрудники часто объясняли решения, которые они принимали сами в рамках своих компетенций (например, что компания прекращает набор новых сотрудников в связи с отсутствием вакансий) тем, что это было не их, а именно мое решение. Еще в одном случае всех заинтересовал вопрос, откуда протестующее против тендера племя вдруг оказалось в деталях осведомлено про ценообразование по одному из контрактов. Местный сотрудник отдела закупок печально пожал плечами: «Куда мне было деваться? Я был вынужден им сообщить», — и показал свой сотовый телефон с смс, где с неопределяемого номера были написаны угрозы физической расправы в адрес его и его семьи.

В-третьих, компании хотят быть уверены, что риски под контролем, что они оценены в соответствии с применимыми международными стандартами — а не в соответствии с более «мягкими» местными неформальными нормами. Во многих случаях местные форматы могут находиться в противоречии с международными стандартами: например, в африканской деревне подросток 17 лет будет считаться уж пару лет, как вполне годным для работы, а для компании такой возраст неприемлем.

По цепочке переводов

Какие языки надо знать, чтобы работать корпоративным антропологом в ресурсодобывающих компаниях? Главное правило одно: чтобы тебя могли понять. Я видел более чем успешных международных корпоративных антропологов, которые не говорят ни на одном языке, кроме английского. Однако, разумеется, знание языка страны является важным преимуществом. Например, в Латинской Америке и испаноязычной Южной Америке фактически невозможно работать без знания испанского языка. В то же время в странах арабского мира большинство западных экспертов по корпоративной антропологии, которых я встречал, не говорили на арабском языке.

В Африке десятки локальных языков. Поэтому в сельской местности (где и реализуется большинство промышленных проектов) знание титульного государственного языка (французского в странах Западной Африки, английского или португальского в некоторых других) может не сильно облегчить жизнь. Может оказаться, что государственным языком владеют только мэры поселений, но не жители конкретной деревни.

К тому же здесь привыкли к тому, что порой перевод идет с одного местного языка на другой. В Африке с ее языковым разнообразием часто бывают случаи, когда идет цепочка переводов: сначала с французского языка на широко распространенный региональный африканский язык (например, язык «малинке»), потом идет перевод на узко распространенный язык, на котором говорит, например, какая-то отдельная деревня либо выступающий от нее спикером старейший уважаемый житель.

«Чужие» лучше «своих»?

Корпоративный антрополог, как правило, не работает в одиночку, а руководит подразделением, в котором собраны сотрудники с разными функциями. Больше всего в таких отделах «сотрудников по связям с населением» [Community liaison officers 2018], которые могут заниматься всем спектром повседневных задач службы: информирование местных жителей, консультации, прием и разрешение жалоб, реализация социальных программ. Относительно этих работников также ломается немало копий: кого лучше принимать на такую должность, людей из местной деревни или жителей той же страны, но откуда-то издалека?

Методические рекомендации о том, как строить команду сотрудников по связям с населением и управлять ею [Community liaison officers 2018], подготовленные ассоциацией IPIECA, обоснованно говорят о рисках найма этих сотрудников только из окрестных населенных пунктов:

Риски, ассоциирующиеся с наймом сотрудников по связям с населением из местных сообществ, связаны с эффектом получения этими людьми дополнительных прав и возможностей по отношению к другим местным жителям (например, они становятся принимающими решения по выделению денег) или с «вымыванием» из местного сообщества людей с определенными знаниями и компетенциями (иностранные языки, опыт реализации социальных проектов, навыки выстраивания отношений с политическими и общественными фигурами).

Придание людям из местных сообществ дополнительных прав и возможностей путем их найма на должность сотрудника по связям с населением само по себе может привести к конфликту интересов или к напряженности в сообществе. Некоторые члены сообщества могут думать, что сотрудники по связям с населением оказывают большее предпочтение некоторым частям местного сообщества по сравнению с другими или занимают элитарные позиции в местном сообществе, с доступом к власти и привилегиям [Community liaison officers 2018: 9].

В настоящее время консенсус состоит в том, что идеальная команда сотрудников по связям с населением должна быть смешанной, и в ней должны быть и люди из местных сообществ, и приехавшие из других мест, и т. н. «испытывающие эмпатию» (empathizers) — то есть внешние люди, но которые серьезно вовлечены в жизнь местного сообщества или досконально изучили его особенности.

КОРПОРАТИВНЫЙ АНТРОПОЛОГ: МЕСТО В ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЕ

Официальные должности корпоративных антропологов в структуре ресурсодобывающих компаний могут иметь разные названия. Наиболее типичное наименование их функции — community relations, community development, sustainable development (связи с населением, программы развития местных сообществ, программы устойчивого развития).

Организационно подразделения находятся чаще всего в составе управления или отдела по связям с общественностью, по внешним связям (public relations, external affairs). Очевидные плюсы здесь в том, что

и те, и другие работают с внешними стейкхолдерами (заинтересованными сторонами) и занимаются долгосрочной работой по укреплению репутации компании. Какими-то задачами (например, проведением встреч с местными жителями и общественных слушаний) сотрудники обоих подразделений вообще могут заниматься вместе.

Непосредственное подчинение руководителю промышленного проекта (один из распространенных вариантов расположения корпоративного антрополога в общей иерархии должностей) помогает лучше фокусироваться на достижении бизнес-целей. Кроме того, руководитель проекта обладает существенными ресурсами, а также рычагами влияния на подрядные организации. Но у такого положения есть и минусы — часто начальство настаивает на концентрации на краткосрочных задачах в ущерб стратегическим и долгосрочным целям.

Также часто встречается нахождение отдела корпоративного антрополога в составе структуры, которая занимается охраной труда и охраной окружающей среды. В этом есть внутренняя логика, если компания использует подход, основанный на оценке рисков (risk-based approach), так как в большинстве компаний в сфере охраны труда и экологии присутствует продвинутая система управления рисками с фиксацией и анализом инцидентов. Все это позволяет эффективно и системно работать и с инцидентами социального характера.

Хотя это и не типично, в странах с большими рисками в сфере безопасности отделы по связям с населением могут быть в составе служб безопасности. В числе прочего это дает местным сотрудникам большую степень защищенности при угрозах. Например, я слышал про такую конфигурацию относительно некоторых горнодобывающих компаний в Папуа-Новой Гвинее.

Как дожить до первого этапа, или о пользе «СБОРНОЙ солянки»

Одна из самых важных функций корпоративного антрополога — это оценка и минимизация негативного воздействия проекта на людей. Похоже ли это на что-то вроде хорошо известной и повсеместно практикуемой Оценки воздействия на окружающую среду (ОВОС), или в английской терминологии Environmental, Social and Health Impact Assessment³ (ESHIA)? И да, и нет — и скорее «нет», чем «да».

Разумеется, формализованное, обширное исследование воздействия в формате Environmental, Social and Health Impact Assessment (ESHIA) — это один из важных инструментов в арсенале корпоративного антрополога и обязательный этап любого проекта.

Однако, когда социальная обстановка на месте будущего проекта непростая, то проекту надо еще (в буквальном смысле) дожить до этого этапа.

³ Оценка воздействия на окружающую, социально-экономическую среду и здоровье населения.

Зададим себе вопрос: когда делается среднестатистический ОВОС или ESHIA и как проводятся эти оценки? До того, как их начинать, уже должно быть четкое представление, какое воздействие на людей и природу будет оказывать проект. То есть уже нужна конкретика насчет проекта: надо подтвердить запасы и определить, где будут буриться скважины или копаться карьеры, где отведено место для технологического комплекса и где встанет вахтовый поселок. А чтобы это сделать, за месяцы до ОВОС или ESHIA на территории должны начать работу десятки людей: геологи со своими буровыми установками, инженеры, логисты, иногда группы по разминированию старых мин — и так далее.

Однако приход всех этих десятков людей и начало геологоразведывательной активности уже сами по себе являются сильным воздействием для «проблемных» или «хрупких» (fragile) социальных ландшафтов и способны вызвать протест. То есть взаимодействие с людьми должно начаться еще до того, как прибудут первые геологи, а хотя бы базовое понимание основных рисков и возможных проблем должно быть сделано за месяцы и даже годы до того, как будет разработан «обычный» ОВОС или ESHIA. Иными словами, когда вокруг будущего проекта сложная социальная обстановка, то оценка негативного воздействия требует особого графика и дополнительных инструментов.

Одним из таких инструментов является Social Sensing Study (англ. «исследование общественного восприятия») — это короткая поездка продолжительностью несколько дней. Участвуют несколько человек, причем часто лишь один из них имеет отношение к социальной антропологии, а остальные могут быть специалистами по организации транспорта, переводчиками, сотрудниками службы безопасности или геодезистами. Во время поездки осматривается местность, происходят первые знакомства и взаимодействие со стейкхолдерами (часто в формате распросов первых встречных), возникает некое понимание социального ландшафта (населенные пункты, этническое, лингвистическое деление), делаются первые заметки относительно источников дохода, благосостояния, наличия конфликтов. Можно понять, как настроены люди (дружелюбно, настороженно, враждебно) и сделать пометки о структуре местного общества.

Сразу предвижу острые вопросы и постараюсь на них ответить.

Насколько надежны методы вроде «увидеть своими глазами» и «спросить первого встречного»? Почему нельзя поработать с источниками, статистикой, навести справки через органы местной и государственной власти?

Конечно, выходу «в поля» обязательно предшествует работа с источниками — в том числе изучение публикаций в средствах массовой информации о данной территории. Однако основные проблемы связаны с тем, как налажен статистический учет в данной стране и как часто интересующая нас территория попадает в фокус официальной статистики.

Когда мы работали в южном Ираке, то там (по крайней мере, три года назад) не велось статистики по травмам в результате дорожно-транспортных происшествий. Больницы не записывали, в чем причина происшествий, с которыми человека привезли. Смерти от ДТП часто вообще не регистрировались каким-либо образом, так как родственники увозили тело, чтобы, согласно религиозным традициям, похоронить до заката солнца.

Необходимо также учитывать, что изменения могут происходить с огромной скоростью, за которой не могла бы угнаться никакая статистика. К примеру, во многих развивающихся странах с теплым климатом новые дома и даже поселки могут вырастать за считанные дни, а то и часы.



Илл. 5–6. Исследование местности в северо-восточной Гвинее. Фотографии автора

На фото (Илл. 5), которое я сделал в северо-восточной Гвинее, мы идем по населенному пункту, который находится в границах нашей концессии и который частично мог попасть в зону отселения.

Прямо перед нами находятся четыре традиционных круглых домика с соломенной крышей (их здесь называют «банко»), что-то типа большого навеса у дороги, один прямоугольный кирпичный дом с металлической крышей и слева большое строение из натянутой на деревянный каркас синей пленки.

За два дня до этого была сделана фотосъемка этой местности с дрона-беспилотника (Илл. 6). Так вот, два дня назад там не было и следа прямоугольного синего строения!

Почему во время предпроектных исследований работает «сборная солянка» из совершенно разных специалистов, многие из которых не имеют к социологии или антропологии никакого отношения? Почему бы не послать группу профессиональных антропологов?

На первый взгляд это может показаться странным, но группа антропологов может вызвать больше страхов и подозрений и столкнуться с большим нежеланием раскрывать какую-то информацию, чем команда иностранного промышленного проекта. В большинстве развивающихся стран в сельской местности нельзя просто так свернуть в местную деревню и начать задавать вопросы. Тебя тут же отведут к тем, кто руководит общиной, будь то главы сельского совета, шейхи, префекты, главы местных племен или кланов.

Для получения «доступа» в местное сообщество (и к информации о нем) ты должен понятно и логично объяснить свои планы и свои интересы — и, естественно, тебе зададут множество уточняющих вопросов, а может быть, и сразу выдвинут ряд условий для получения такого «доступа». Например, попросят о том, чтобы компания позже приняла на работу кого-то из деревни. Естественно, что ответить на вопросы о планах и взять обязательства по каким-то условиям может только уполномоченный сотрудник компании, но не привлеченный в качестве подрядчика консультант.

Кроме того, в случае с иностранцами, желающими начать добычу полезных ископаемых, местным жителям в целом изначально понятны и «правила игры», и интересы приехавших, и то, как будут развиваться события: что промышленному проекту понадобятся территории, будут выплачиваться компенсации, появятся рабочие места. Кто-то что-то слышал, кто-то напрямую сталкивался, что-то могут подсказать городские родственники, к тому же телевизор и интернет есть практически у каждого. Вне всякого сомнения, за считанные дни люди еще и дополнительно наведут справки: что за компания, откуда, где работает... Понимание логики процесса и мотивации участников, разумеется, не исключает, что жители могут сказать «нет»: например, отказаться продавать землю, на которой работали еще их прадеды.

Появление же ученых с общими вопросами (или даже НКО с гуманитарными целями) вызывало бы немало пересудов и слухов в привыкших к конкретике местных сообществах («непонятно, что хотят и зачем»). Обязательно найдутся те, кто заподозрит, что тут есть какая-то «скрытая цель»: например, что кто-то хочет отнять принадлежащую общинам землю или попытается продвинуть свои политические интересы. А иногда гуманитарные организации сами дают почву для подозрений в «скрытой цели» — чего стоит, например, широко известная история с фейковой вакцинацией населения силами гуманитарных организаций в Пакистане, целью которой было найти дом, где скрывался террорист Бен Ладен.

НОСИТЕЛЬ ЭКСПЕРТНЫХ ЗНАНИЙ

Еще одна важная функция корпоративного антрополога — это быть носителем экспертного знания в ряде областей, чтобы качественно управлять социальными рисками. Последние лет двадцать сфера социальных вопросов последовательно систематизируется и кодифицируется,

возникают различные международные стандарты, которые, не будучи законами, тем не менее фактически становятся обязательными для выполнения международными компаниями — такие стандарты часто называют *soft laws* (англ. «мягкие законы»).

Характерным примером является последовательность действий при недобровольных переселениях (*involuntary resettlements*), где стандартом де-факто стал один из регламентов Международной финансовой корпорации (подразделение Всемирного банка, работающее с частным сектором).

Разработанный в МФК так называемый «Стандарт деятельности 5: Приобретение земельных участков и вынужденное переселение» [Международная финансовая корпорация] обязателен исключительно для компаний, которые кредитуют свои проекты при помощи этого финансового института.

Однако практически любая заботящаяся о своей репутации компания (тем более, если ее акции торгуются на рынке) фактически в обязательном порядке должна следовать этому регламенту — в частности, разрабатывать «План мероприятий по переселению» (*Resettlement Action Plan*).

Подобных «экспертных областей», в которых должен разбираться корпоративный антрополог, несколько:

- коренные народы,
- культурное наследие,
- недобровольное переселение,
- оценка воздействия,
- взаимодействие с заинтересованными сторонами,
- работа с жалобами и так далее.

Часто корпоративному антропологу приходится заниматься регламентами и политиками, которые в последние годы все чаще объединяют под общим названием «права человека» (или, по крайней мере, участвовать в их разработке). Есть набирающий популярность тренд, что компаниям рекомендуется делать *human rights assessment* (оценку рисков в сфере прав человека) в дополнение к обычному *social impact assessment* (оценке социального воздействия). Сюда входят, в частности, такие экспертные области, как противодействие современному рабству, принудительному и детскому труду, а иногда и вопросы противодействия дискриминации на рабочем месте.

Может возникнуть резонный вопрос: некоторые из этих вопросов (например, противодействие дискриминации на рабочем месте или принудительный труд), бесспорно, относятся к управлению человеческими ресурсами, и, по логике, ими должен заниматься отдел HR. Почему к управлению этими рисками привлекают корпоративного антрополога? Дело в том, что на практике многие (а скорее даже большинство) рисков в этих сферах возникают не в самой «титульной» компании, а в ее подрядных и субподрядных организациях или в «цепочках поставок» — а сотрудниками подрядчиков или поставщиков HR компании заниматься не может.

В реальности трудно себе представить, что известная на рынке компания с международной географией вдруг возьмет и примет на работу, к примеру, несовершеннолетнего подростка. Однако вполне можно себе представить ситуацию, когда офис этой же компании, к примеру, в южноамериканской стране заказывает у местного мелкого подрядчика регулярные поставки бутилированной воды, и эту воду начинает привозить на грузовом мотороллере 15-летний сын хозяина фирмы.

Схожим образом, маловероятно, что в головном офисе ресурсодобывающей компании за столами на хорошо оплачиваемых должностях работают люди, у которых изъяли документы, чтобы ограничить их возможность передвижения. Но вполне может быть, что генеральный подрядчик по строительству крупного проекта работает с мелкими субподрядчиками, а те в свою очередь привозят рабочую силу из разных стран и могут (в противоречие с применимыми международными стандартами) отбирать у трудовых мигрантов документы или брать с них плату за различные услуги.

Туман из «модных словечек» и революция прямо сейчас

Естественно, что корпоративный антрополог должен неплохо ориентироваться в трендах — куда идет управление социальными рисками и куда в конечном счете придет? Особенность рассматриваемой нами экспертной области состоит в том, что в настоящее время она проходит через период сильной трансформации. То, какой будет эта сфера в ближайшие пять-десять лет, определяется именно сейчас.

Это порождает довольно специфические последствия. С одной стороны, в сфере корпоративной социальной ответственности есть такая проблема, как появление и исчезновение «модных словечек» (buzz words) и модных понятий. Примерно одни и те же понятия и процессы называются новым словом, и на какое-то время новый концепт греется в лучах популярности. Примеры можно долго перечислять: corporate social responsibility, corporate citizenship, sustainable development, shared value, triple line, ESG values, Millennium Goals, Sustainable Development Goals⁴. Кстати, одна из причин, по которой некоторые корпорации не вполне серьезно относятся к корпоративной социальной ответственности — это именно эта «чехарда» из терминов, понятий и процессов. Она вызывает ответную негативную реакцию: мол, вы сами не можете определиться даже насчет терминов.

С другой стороны, последние годы идет небывшее, но последовательное ужесточение систем управления рисками по социальным вопросам. Не стоит сомневаться, что рано или поздно многие или большинство из этих «мягких законов» перейдут в разряд законодательных актов с серьезными санкциями за их нарушение. «Громким звоночком»

⁴ Ответственность бизнеса перед обществом, социальная ответственность корпораций, устойчивое развитие, разделяемая ценность, тройной критерий, ценности ОСОК (окружающая среда, общественная деятельность, корпоративное управление), цели развития, изложенные в «Декларации тысячелетия» ООН, цели в области устойчивого развития.

в этом смысле стал принятый в Великобритании в 2015 году «Закон о современном рабстве» (Modern Slavery Act). Для бизнеса этот закон означает необходимость предоставлять данные о цепочке поставок товаров, использованных в производстве продукции для британского рынка. Закон делает британские компании, а также их иностранные подразделения с годовым оборотом 36 млн. фунтов и больше, ответственными за использование рабского труда в цепочке производства.

На первый взгляд, требования этого закона необременительны. Любой подпадающий под его действие бизнес — или часть бизнеса — на первом этапе должен публиковать отчет о рабстве и торговле людьми, и в этом документе должны быть указаны шаги компании по предотвращению распространения рабства. Однако революционным этот законодательный акт делает то, что за нарушения в сфере противодействия рабству теоретически руководящий состав головной компании может оказаться в тюрьме (хотя таких прецедентов пока что не было) — даже если само нарушение было за тысячи километров от британских берегов. Размер штрафов за серьезные нарушения отдается на усмотрение суда, то есть теоретически финансовые санкции могут просто разорить бизнес, если предприниматель без должного усердия будет заниматься вопросами противодействия рабству.

Схожие законодательные акты уже приняты во Франции (закон «О должной осмотрительности», 2017) и Австралии (закон «О современном рабстве», 2018). Ни у кого не вызывает сомнения, что рано или поздно мы увидим и первые громкие судебные дела по этим законам.

Близко, но далеко

Михаил Алексеевский в своей статье «Трудности перевода: Заметки о развитии прикладной городской антропологии в России» в первом номере журнала «Фольклор и антропология города» задал интересный ракурс для анализа вопроса «кто такие прикладные антропологи?», когда стал анализировать отношения между «прикладниками» (в своей статье он рассказывал преимущественно об антропологах-урбанистах) и коллегами из академической науки.

А как выстраиваются отношения между корпоративными антропологами из ресурсодобывающих компаний и западной академической наукой? Я бы сказал, что это две слабо пересекающиеся вселенные, испытывающие порой взаимное отчуждение.

Во многом можно согласиться с Алексеевским, когда он пишет:

В большинстве западных стран антропологу престижнее (и как ни парадоксально для нас, обычно прибыльнее) работать в университете, нежели в промышленной компании. Прикладные антропологи из-за постоянных перегрузок не успевают ездить на конференции, писать и публиковать научные статьи. Более того, очень часто по условиям контракта все права на публикацию исследования принадлежат заказчику, так что ученый не имеет право ничего публиковать без его официального разрешения... [Алексеевский 2018: 212].

Действительно, в большинстве западных стран антропологу престижнее работать в университете, нежели в промышленной компании — хотя работа в нефтегазовой или горнодобывающей отрасли для антрополога все же является более прибыльной. Также верно, что из-за постоянной загрузки прикладные корпоративные антропологи не успевают заниматься действительно научным трудом: писать и публиковать научные статьи. Также им в самом деле надо спрашивать разрешение на публикацию в компании, в которой (или на которую) они работают.

Есть еще одна проблема, которая удерживает многих корпоративных антропологов от публикаций: опубликованное может оказать непосредственное влияние на динамику процессов в местных сообществах. Излишне говорить, что Интернет позволяет найти практически любую научную статью (либо ключевые цитаты из нее), а инструменты типа гугл-переводчиков позволяют все это понять независимо от того, на каком языке она была написана.

Представим, что в научном журнале появляется статья, где в деталях описывается конфликт в небольшом местном сообществе одной из дальних стран, где, к примеру, часть деревни выступает за строительство гидроэлектростанции, а другие им оппонируют. Не имеет значения, что в публикации будут убраны все имена и другие идентификаторы: в узком кругу местного сообщества все обстоятельства недавней истории будут безошибочно «расшифрованы» и могут быть восприняты очень близко к сердцу. Таким образом, одна статья может поставить крест на многомесячной работе того же корпоративного антрополога в этом сообществе.

Также, по моим наблюдениям, многие (если не большинство) антропологов-«прикладников» из западных стран не имеют научной степени, а закончили университет со степенью бакалавра (часто даже не магистра). То есть у них попросту нет «входного билета» в научную карьеру в виде аспирантуры и ученой степени.

В общем, не идет речи о конкуренции между корпоративными «прикладниками» и антропологами, работающими в академической науке. Гораздо большую роль в «водоразделе» между первыми и вторыми играют различия в мировоззрениях и убеждениях, а также история западной (прежде всего американской) антропологии.

По идейным соображениям

В каком-то смысле дороги академической антропологии и корпоративной прикладной антропологии в западном мире довольно резко разошлись в разные стороны еще около полувека назад. В 1960–1970-е годы и ученые, и общественность стали задавать западным антропологам неприятные вопросы: стало активно обсуждаться, что многие прикладные антропологи были вовлечены в укрепление колониальной и неоколониальной систем [Lewis 1973: 589].

В Великобритании антропологи негативно отреагировали, когда их связи с колониальной администрацией стали достоянием общественности и

подверглись острой критике. Американские ученые с негодованием встретили информацию, что некоторые правительственные агентства США привлекали антропологов к исследованиям, которые должны были стать частью программ против инсургентов в развивающихся странах. Все эти открытия, вместе с антивоенным движением в США из-за Вьетнамской войны, привели к тому, что американские антропологи стали с большим подозрением относиться к любым большим спонсорам вроде правительства или корпораций, опасаясь, что профинансированные исследования могут либо навредить исследуемым, либо бросить тень на антропологию как на науку [Baba 2006: 95–96].

Большинство антропологов-«прикладников» убеждены⁵, что промышленные проекты можно и нужно реализовывать на принципах устойчивого развития, заботясь как о настоящих, так и о будущих поколениях; с уважением прав человека и человеческого достоинства; а также обеспечивая права людей участвовать в принятии решений, затрагивающих их интересы. Также они видят из своего опыта, что приносимые промышленными проектами изменения могут менять жизнь местных жителей к лучшему — через новые рабочие места, увеличившиеся налоговые платежи, улучшение образовательной и медицинской инфраструктуры и т. д.

Многие корпоративные антропологи будут готовы подписаться и под словами из одного из редких публичных заявлений экспертов по социальным вопросам. В 2011 году Брюс Харви, один из руководителей функции по социальным вопросам компании Рио-Тинто (Global Practice Leader — Communities and Social Performance, Rio Tinto), написал:

Слишком большой акцент часто делается на сохранении и консервации традиционного образа жизни вместо принятия изменений, которых желают местные жители... В развивающихся регионах, проходящих через период большой [экономической и социальной] трансформации, просто выступать за отсутствие изменений — это плохая услуга для местных жителей. Быстрый рост населения из-за притока мигрантов и высокого уровня рождаемости подтачивает ресурсную базу; а возрастающая информированность [о событиях в окружающем мире] оказывает влияние на предпочтения, прежде всего на предпочтения молодого поколения, что вызывает напряженность между поколениями.

... Что еще хуже, склонность считать местных жителей слабыми и уязвимыми приводит к появлению патерналистских подходов, порождая устойчивые модели ответной зависимости и отторжения [Harvey 2011].

Однако среднестатистический западный социальный антрополог, работающий в академической науке, скорее всего, будет придерживаться

⁵ Услышать позицию корпоративных антропологов на самом деле непросто. Любое их публичное высказывание вполне закономерно может быть воспринято как официальная позиция компании, в которой они работают, что уже само по себе велит быть осмотрительным в словах и выражениях. Что еще более важно, любая публичная дискуссия о работе корпоративного антрополога — это всегда разговор о ролях бизнеса, местных жителей и органов власти, и потому очень уязвима для критики. Очень легко переступить черту, за которой высказывание будет восприниматься как намерение большого богатого международного бизнеса «говорить от имени» небольших, небогатых и уязвимых местных сообществ, фактически навязывая им «правильную» точку зрения.

противоположных взглядов. В 2008 году известный американский антрополог Хью Густерсон констатировал как очевидный факт: «Антропология по многим параметрам — это наиболее склонная к левым взглядам дисциплина в [американской] академической науке»⁶. В западном мире есть немало людей, убежденных в том, что новые проекты по добыче полезных ископаемых нужно ограничивать, что уже сейчас возможна полностью «циркулярная экономика» (circular economy), когда практически все новые металлы и материалы можно производить из вторсырья и металлолома, а вся энергия может производиться при помощи возобновляемых источников (например, ветряков и солнечных батарей). Нет сомнения, что подобные взгляды достаточно распространены и популярны среди людей, профессионально занимающихся академической антропологической наукой.

А что в России?

Пожалуй, многие из людей, которые читают этот текст, раньше не слышали про корпоративных антропологов в добывающих компаниях. В чем тут дело? И почему такая роль корпоративного антрополога практически не востребована в России?

Возможно, в России такая роль пока не очень нужна. В самом деле, в нашей стране нет высокого уровня рисков для бизнеса, связанных с местными сообществами, если мы говорим про такие экстремальные формы этих рисков, как блокады дорог, беспорядки или прочее силовое воздействие.

Во-первых, в России таких рисков нет из-за сильного государства. У нас в стране исторически при возникновении противоречий, а уж тем более при открытых конфликтах между бизнесом и группами населения государство уже на ранних стадиях активно «вступает в игру», становясь фасилитатором, посредником и в конечном счете арбитром в разрешении проблем. Желаящие «поднять ставки» и, например, покинуться бульжниками в корпоративный транспорт или поджечь технику рисковали бы стать фигурантами уголовных дел по «тяжелым» экстремистским статьям — впрочем, здесь мы не отличаемся от большинства развитых стран.

Во-вторых, в России нет проблемы «демографического навеса» (youth bulge) — то есть преобладания возрастных когорт молодого населения. В большинстве развивающихся стран именно группы молодежи являются главным «драйвером» пересмотра отношений между населением и промышленными проектами, и они же являются основными «пехотинцами» в силовых противостояниях.

Не факт, что есть запрос на системную и вдумчивую работу антрополога в вопросах согласования новых объектов. В России во многих случаях общественные слушания по поводу промышленных проектов проводятся для проформы без особого интереса у населения — особенно, если речь идет об удаленных территориях. «Социальные» разделы Оценки

⁶ https://www.nas.org/blogs/dicta/majoring_in_anthro

воздействия на окружающую среду (ОВОС) зачастую пишутся вообще без привлечения людей с профильным образованием и опытом работы.

Впрочем, возможно, ситуация понемногу будет меняться. Недавние события, когда сотни людей в Екатеринбурге вышли протестовать против строительства в принципе безобидного объекта общественной инфраструктуры — Храма святой Екатерины — на месте сквера, могут свидетельствовать о новых «правилах игры» в отношениях между обществом и бизнесом.

Возможно, впредь при согласовании различного рода объектов и в России будет требоваться более тонкая, длительная, системная работа с детальным анализом, полноценным предварительным обсуждением, работой со страхами и опасениями — такая работа, которая потребует участия социальных антропологов.

Литература

- Алексеевский, М. Д. (2018). Трудности перевода: Заметки о развитии прикладной городской антропологии в России. *Фольклор и антропология города*, 1(1), 204–213.
- Международная финансовая корпорация (2012). *Стандарт деятельности 5: Приобретение земельных участков и вынужденное переселение*. Режим доступа: https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/c5ab022c-9238-470f-bfc1-881563926f3d/PS5_Russian_2012.pdf?MOD=AJPERES&CVID=jvd-U1d
- Baba, M. (2006). Anthropology and business. In H. J. Birk (Ed.). *Encyclopedia of anthropology*, 95–96. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Community liaison officers team building and management guidance* (2018). London: IPIECA, 2018.
- Harvey, B. (2011). Foreword: SIA from a resource developer's perspective. In F. Vanclay, A. M. Esteves (Eds.). *New directions in social impact assessment: Conceptual and methodological advances*, xxvii–xxxiii. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Lewis, D. (1973). Anthropology and colonialism. *Current Anthropology*, 14(5), 581–602.

References

- Alekseevsky, M. (2018). Lost in translation: Concerning the development of applied urban anthropology in Russia. *Urban Folklore & Anthropology*, 1(1), 204–213. (In Russian).
- Baba, M. (2006). Anthropology and business. In H. J. Birk (Ed.). *Encyclopedia of anthropology*, 95–96. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Community liaison officers team building and management guidance* (2018). London: IPIECA, 2018.
- Harvey, B. (2011). Foreword: SIA from a resource developer's perspective. In F. Vanclay, A. M. Esteves (Eds.). *New directions in social impact assessment: Conceptual and methodological advances*, xxvii–xxxiii. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- International Finance Corporation (2012). *Performance standard 5: Land acquisition and involuntary resettlement*. Retrieved from https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/c5ab022c-9238-470f-bfc1-881563926f3d/PS5_Russian_2012.pdf?MOD=AJPERES&CVID=jvd-U1d (In Russian).
- Lewis, D. (1973). Anthropology and colonialism. *Current Anthropology*, 14(5), 581–602.