

ЭТИКО-РЕЛИГИОЗНЫЕ ЦЕННОСТИ В ЭКОНОМИКЕ И БИЗНЕСЕ

Яскевич Ядвига Станиславовна

директор Института социально-гуманитарного образования
УО «Белорусский государственный экономический университет»;
доктор философских наук, профессор (г. Минск, Беларусь)

Понятия «религия», «экономика», «мораль» и «бизнес» в общечеловеческих представлениях трактуются, как правило, по-разному и все же как прочно связанные между собой. Идеализированные модели религии, приближающие ее имидж к нравственным нормам, записанным в Священных писаниях и отдаляющие от мирской суеты, в большинстве случаев воспринимаются в секулярном мире критично, ибо сама жизнь предоставляет нам немало оснований для этого. К сожалению, наиболее широко распространенный стереотип позволяет связывать «религию» с «бизнесом» в виде прагматичного использования религиозными организациями веры человека в сверхъестественное и Бога, как аргумент для понуждения этого человека быть им полезным. Принципиальная деталь такого обстоятельства заключается в том, что под «религией» на быденном уровне подразумевают «религиозные организации», которые иногда оказываются не совсем «чистыми бессеребренниками». Весьма уместным в этом плане представляется замечание Сергея Иваненко в книге «Религия и бизнес», посвященной нравственному аспекту предпринимательства, отображенному в основах мировых религий – христианстве, исламе, иудаизме, буддизме, индуизме и других: «Чем больше нравственности, в том числе, и религиозной, в бизнесе, тем лучше для бизнеса и для всего общества. И чем меньше в религии коммерции, тем лучше для религии и для самих предпринимателей» [1, с. 34].

При анализе модели предпринимательства в различных странах, особое внимание уделяется истокам национальных предпринимательских систем. Религиозное мировоззрение оказывало решающее воздействие на тип хозяйствования. *Христианство* в свое время выработало этические принципы, ставшие основой современных ценностных ориентиров как социально-культурной, так и хозяйственной жизни, к которым относятся, прежде всего, *гуманизм, милосердие, демократизм, социальная справедливость, моральность и ответственность*, направленные на гармонизацию экономических отношений. Вместе с тем, западное христианство тщательно разделило духовное (религию) и материальное (бизнес), отнеся первое к сфере небесного, а второе – к сфере земного. Противопоставление же духовности и материализма является неприемлемым с позиции русской православной мысли, признающей триединство человека: дух, душа и тело. Богу было угодно соединить в одном существе и духовное, и материальное. Религия и бизнес в рамках такой парадигмы не могут быть «разведены по разным уголкам души человека». Для православного христианина, как нравственного человека, *личность неизмеримо выше любого социально-экономического института*, будь то частная собствен-

ность, капитал или иное физическое богатство. Соответственно высоко им оценивается труд человека. Переосмысление роли труда наряду с установкой на максимальную прибыль, финансовый успех привели и к новой оценке *роли собственности и богатства в жизни человека*. В *протестантской этике* собственность важна как основа и фундамент свободы личности.

Влияние религиозных ценностей на бизнес весьма активно проявляется в странах распространения *ислама*. Анализируя *влияние религиозной исламской этики на экономику*, мусульманские теоретики выявили взаимосвязь между предписаниями ислама, его духовно-нравственными ценностями и концепцией личности, ее экономическим поведением. В результате исследования были раскрыты основные черты характера и добродетели, которые формируют *личность, волевою и предприимчивую, способную к саморазвитию, руководствующуюся здравым смыслом*. Изменяется отношение к труду и трудовой активности. *Умение производительно трудиться на благо самого себя, семьи и общества* неизменно возводится исламом в ранг нравственного долга. Именно в мире ислама в ходе его модернизации многое делается для социализации экономической деятельности. Здесь сочетаются усилия религиозных и государственных деятелей, ученых и деловых людей. Один из примеров положительного влияния религии на экономику связан с *исламской банковской системой*. Коран запрещает ростовщичество во всех формах, то есть суживание денег под процент. Чтобы заниматься кредитованием, мусульманские банки, по факту, превращаются в подобие венчурных фондов, разделяя с бизнесом риски получения прибыли. Многие видные экономисты считают, что в таком подходе – будущее банковской системы. Привлекая финансовые ресурсы мусульманских стран, бизнесмены могут получить дополнительный бонус для взаимовыгодного сотрудничества в области финансов и экономики, что открывает широкие перспективы сотрудничества с партнерами, придерживающимися иного религиозного мировоззрения и деловой этики, учитывать их национальные особенности ведения бизнеса.

На первых этапах развития капитализма получили развитие теории, нацеленные на *примирение моральных принципов со стремлением к максимальной выгоде*. Так, согласно теории *Фридмана*, закон считается институционализированным выражением моральных норм, следовательно, в бизнесе морально оправданы любые действия, если они не противоречат закону (соображения честности, нравственности и справедливости не должны влиять на принятие решения). Эта позиция получила название «этики *laissez-faire*». Критическое отношение к такой позиции нашло отражение в этическом кодексе «*Принципы ведения бизнеса*», разработанном в 1924 г. Комитетом по этике бизнеса при Торговой палате США, где впервые в истории было отмечено, что в *основе бизнеса лежит доверие*, проистекающее из справедливых взаимоотношений, эффективного оказания услуг и взаимной выгоды. Вместе с тем здесь пока еще доминирует точка зрения, согласно которой *моральное оправдание получает любой бизнес, в котором партнеры по сделке признают их обмен эквивалентным*.

В последние годы проблема этики экономики и бизнеса привлекает всё большее внимание исследователей, менеджеров и общественных деятелей.

Этическая оценка и репутация сегодня играют немаловажную роль при заключении сделок, выборе партнеров по бизнесу, применении санкций регулятивных органов и т.п. [2, с. 463]. В соответствии с этим в отношениях государства и бизнеса обозначился поворот к так называемой «*системе партнерства*», которая предусматривает совместное решение целого ряда проблем, этическое регулирование экономики и бизнеса.

В целом же, понимание *обществом этики экономики и бизнеса, его социальной ответственности* в западной цивилизации за XX столетие прошло через три этапа: от управления, направленного на *максимизацию доходов* (до второй четверти XX в.) с интерпретацией этичности как второстепенной по отношению к прибыльности (период «дикого» капитализма) до *полечительского управления* (начиная с 1930-х гг.) с провозглашением организации заботы о своих сотрудниках и их семьях, поскольку это в конечном счете ведет к более высокой производительности и доходности, и до *социального управления* (начиная с 1960–1970-х гг.), когда утверждалось, что организация несет ответственность перед обществом в целом и, в частности, перед заинтересованными лицами (стейкхолдерами).

В реализации идеалов социальной ответственности и партнерства особую роль играет *религиозная этика и этика бизнеса*. Современные представления о конкретном социуме, его экономике, религиозных и этических представлениях должны строиться на основе учета закономерностей модернизации, собственной идентичности, национальных и социокультурных приоритетов.

Таким образом, современная экономика и бизнес ориентированы не только на теоретико-рефлексивное осмысление динамично развивающихся экономических процессов, изучение и конструирование методов и принципов их познания, но и на разработку моральных механизмов и регулятивов развития «реальной» экономики, обоснования приоритетов социально-ориентированной, рационально выстроенной и нравственно ориентированной экономики.

Литература

1. Иваненко, С.И. Религия и бизнес. – М. : Козаров – 304 с.
2. Яскевич, Я.С. Философия и наука: время диалога, ответственности и надежды : изб. труды. – Минск : Право и экономика, 2014. – 551 с.