

© 1994 г.

Н.Н. ЗАРУБИНА

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВЫ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ЗАРУБИНА Наталья Николаевна—кандидат исторических наук, научный сотрудник Института востоковедения РАН.

Введение

Предлагаемый учебный курс ориентирован на ознакомление слушателей на университетском уровне с проблематикой, давно входящей во многих странах в комплекс дисциплин при подготовке специалистов разнообразного профиля: экономистов, социологов, правоведов, философов, а также менеджеров-практиков. Вводимый курс должен восполнить тот пробел, который существует в наших знаниях о социально-куль-

турной и нравственной сторонах рыночного хозяйства и предпринимательства. Курс опирается на основные теоретические достижения социологии, культурологии и этики, в нем использованы принятые в мировой практике формы преподавания дисциплин комплекса «Бизнес и общество». Тематика курса освещает социокультурные особенности предпринимательства в России и узловые социокультурные проблемы хозяйственного развития современного российского общества.

Основные задачи

1. Раскрыть значение курса как самостоятельной теоретической и учебной дисциплины, получившей широкое развитие на Западе, обладающей специфическим предметом, иерархией задач и объектов познания и соответствующими методами исследования.

2. Сформировать общие культурологические и макросоциологические представления о природе, статусе и функциях труда, хозяйственной деятельности и предпринимательства в обществе, его духовно-нравственных аспектах.

3. Показать взаимосвязь этических норм, существующих в обществе, и этики хозяйства, влияние общей духовной и нравственной атмосферы на облик предпринимательства.

4. Осветить существующие на Западе концепции социальной ответственности бизнеса, показать взаимосвязь и взаимовлияние социальных процессов и свободного предпринимательства, роль бизнеса в гармонизации и совершенствовании общественной жизни. Познакомить с проблемами регуляции социально-нравственных аспектов предпринимательской деятельности.

5. Познакомить слушателей с категориями труда, богатства, накопления в традиционной российской культуре. Осветить социально-культурные особенности российского предпринимательства, его этические и духовные традиции. Познакомить слушателей с социокультурной спецификой формирования капитализма в России, с современными научными представлениями о социокультурных основаниях и духовно-этической мотивации предпринимательской деятельности в дореволюционной России. Осветить социокультурную проблематику современных экономических реформ.

6. Сопоставить социокультурную специфику хозяйственной деятельности в различных обществах Запада и Востока. Познакомить слушателей с опытом стран Востока — в особенности Японии и «новых индустриальных обществ» Юго-Восточной Азии — добившихся успеха в использовании самобытных культурно-этических ценностей и традиций для интенсификации хозяйственного развития.

7. Изложить социокультурные и идеологические основания современного менеджмента, раскрыть конкретные проблемы культурно-нравственного плана, возникающие в различных сферах предпринимательской деятельности.

Курс рассчитан на студентов факультетов социологии, управления, маркетинга, бизнеса, экономики в университетах и коммерческих учебных заведениях.

РАЗДЕЛ I

Общие историко-культурные основания хозяйственной деятельности, ее ценностные и нормативные принципы и формы, соотношение с другими сферами социальной регуляции. Этическое обоснование труда, богатства и предпринимательства в религии и в светской идеологии и морали.

Тема 1. Культурно-этические основы хозяйственной деятельности

Культура как система нормативных принципов, ценностных ориентаций и поведенческих стереотипов — важнейшая предпосылка хозяйственной деятельности.

Соотношение человеческой деятельности и системы совокупного производства

Культура как особая, специально выработанная система регуляции деятельности и поведения. Производство как целенаправленная деятельность. Общество как суперсистема, дифференцированная на основные системы жизнедеятельности: хозяйство, социальные отношения, политика, культура. Самостоятельность и взаимодействие этих блоков социальной регуляции. Дополнительные и опосредующие сферы жизнедеятельности. Место культуры в совокупном производстве. Самостоятельность сферы культуры и ее взаимодействие с другими блоками совокупной системы социальной регуляции.

Культура как сфера духовного производства. Различие между природными, технологическими, социальными и духовными аспектами совокупного производства. Духовное производство как создание, хранение, распространение и освоение духовных ценностей, норм, знаний, значений и представлений. Специфика духовного производства: роль уникальных образцов, значение субъективного фактора, сохранение прошлых образцов и произведений. Определенность и означивание в духовном производстве. Материальное обеспечение духовного производства. Соотношение материальных и духовных факторов.

Культурные факторы разделения труда: профессиональная дифференциация, оформление социальных различий, ценностное одобрение различных типов поведения (накопление имущества, капитала, поддержание отношений, сохранение моральных принципов и т.д.)

Социальная структура духовного производства и роль интеллигенции. Культурная деятельность элиты и народных масс. Культурные центры и периферия. Соотношение классовых структур и культуры. Институциональная структура культуры. Структура духовных потребностей.

Социальный заказ и обратное влияние культуры на хозяйственную или политическую деятельность. «Маркс или Вебер» — расхождение в понимании роли материальных и духовных факторов исторического процесса. Историческая динамика в соотношении хозяйства и культуры.

Широкое признание и распространение на Западе этики и культуры хозяйственной деятельности как специальной научной и учебной дисциплины, входящей в комплекс подготовки широкого круга специалистов социально-экономического и культурологического профиля, а также менеджеров-практиков. Интенсивность научных исследований в сфере культурологических проблем хозяйственной деятельности.

Современные дискуссии о сущности хозяйства и предпринимательства: бизнес как деятельность, направленная на максимальное удовлетворение потребностей общества и людей, или бизнес как погоня за прибылью. Обеспечивают ли рыночные механизмы автоматическое поддержание высокой морали в сфере предпринимательства?

Роль общекультурных оснований — ценностей, норм поведения, социокультурно обусловленных картин мира и представлений о смысле и содержании бытия — в становлении современной экономики.

Культура предпринимательства как включение нравственной проблематики в хозяйственную деятельность. Возможен ли нравственный бизнес? Почему бизнесу необходима этическая регуляция?

Становление социологического подхода к пониманию социокультурных аспектов хозяйственной деятельности. Концепции К. Маркса, В. Зомбарта, М. Вебера, Т. Парсонса. Обоснование этики предпринимательства в рамках этических концепций гедонизма, утилитаризма, деонтологических концепций (бизнес в понятиях долга и ответственности). Религиозные концепции предпринимательской деятельности: католическая, протестантские концепции, исламские и буддистские концепции самобытной экономики. Религиозная критика бизнеса. Критика нравственной природы рыночной экономики и свободного предпринимательства в коммунистической идеологии.

Тема 2. Хозяйство и культура в мировых цивилизациях

Этика как составная часть социокультурной системы, органично связанная с другими ее элементами. Ценности культуры и нравственные ценности. Нормы и ценности. Ценности материальные и духовные. Мотивы и стимулы поведения. Социально-культурные традиции и стереотипы поведения.

Религиозные основания нравственности. Мораль и право.

Хозяйственная этика и этика бизнеса. Социально-культурные и духовные основания хозяйственной деятельности. Труд как категория культуры: добывание средств к существованию или самореализация личности? «Божье проклятье» или форма служения Богу? Богатство как категория культуры: накопление материальных благ, признак социального статуса и личного успеха, или знак богоизбранности и инструмент религиозного служения? Представления о природе, сущности и смысле хозяйственной активности в различных культурах.

Исторические особенности и историческая динамика хозяйственной этики. Предпринимательство как культурно-историческое явление: в доиндустриальном, индустриальном и постиндустриальном обществах. Капиталистические и некапиталистические формы предпринимательства. Дискуссии об уникальности капиталистических форм предпринимательства и генезисе бизнеса (концепции К.Маркса, В. Зомбарта, М. Вебера). Эволюция культурно-этического облика предпринимательства в индустриальных и постиндустриальных обществах.

Проблемы соотношения культурно-этических основ капиталистического предпринимательства и его национально-культурных разновидностей. Проблемы модернизации западных обществ. Заимствованный капитализм и самобытные традиции в социально-культурных системах новых индустриальных обществ Азии.

Различные культурно-исторические формы организации труда и управления в разных странах. Формирование этических оснований современного менеджмента.

Тема 3. Докапиталистические формы хозяйственной культуры

Общая социально-культурная основа докапиталистических форм хозяйственной этики — ее связь с системой межличностных отношений. Труд, богатство и хозяйственная активность как критерии сословного, общественного и религиозного статуса человека.

Социокультурные аспекты хозяйственной деятельности в античности: раб и свободный гражданин, представления о подобающей гражданину деятельности, исключение хозяйственной деятельности из числа достойных гражданина занятий.

Хозяйственная этика в европейском средневековье: труд, главным образом земледельческий, как достойное богоугодное занятие, духовное и эмоциональное отношение к орудиям и продукту труда. Богатство как средство поддержания и подтверждения межличностных отношений, рыцарские феодальные представления о достойном использовании богатства — пиры, дарение и прочие формы непроизводственного потребления. Недоверие к денежным формам богатства. Высокая нравственная ценность аскетизма.

Низкая нравственная оценка купеческой и ростовщической деятельности, их осуждение церковью. Маргинальный статус ростовщического капитала в европейской и других культурах. Запреты на ростовщичество и финансовая деятельность еврейских общин.

Небуржуазные формы предпринимательства: «авантюристический», военный, политический и т.д. капитал. Магия и нажива.

Христианское мировоззрение и представления о природе, сущности и формах активности личности, мировоззренческие сдвиги в XIII—XIV вв. Индивидуальная религиозная и нравственная ответственность, профессиональная активность как выполнение божественного предназначения и реализация божественного начала в человеке. Предрасположение христианской аскезы к систематической этической ответственности и

рационализации образа жизни в целом. Христианское сознание XIV—XV вв. как предпосылка исторического прорыва к возникновению капиталистического предпринимательства.

Тема 4. Капиталистическое предпринимательство как культурно-историческое явление

Научное осмысление сущности капитализма и его исторического генезиса в XIX в. Проблема исторической обусловленности возникновения капитализма в Европе, уникальность социально-экономических и культурных факторов развития. Попытки осмысления социокультурных предпосылок капитализма.

Проблематика исторической закономерности, универсальности и уникальности капитализма западного образца как формы социально-экономического и культурного развития: К. Маркс, В. Зомбарт, М. Вебер, современные теории модернизации (Ш. Эйзенштадт, М. Леви и др.).

Политэкономический подход к изучению капитализма. Теория К. Маркса, буржуазный строй как переход от простого к расширенному товарному воспроизводству, механизм прибавочной стоимости как сущность буржуазного строя. Безличный, вещный характер социальных связей, товарно-денежные отношения как носитель социально-культурного универсализма. Гражданское, общество и юридические отношения. Товарный фетишизм. Связь буржуазного сознания с протестантизмом и деизмом. Деньги как главный критерий ценности. К. Маркс об отчуждении труда и отчуждении личности. Мещанство и мелкобуржуазная мораль как объект критики. Бережливость как пагубное самоограничение личности в погоне за капиталом. Угнетение наемного рабочего. Вторичный необязательный характер культурных и этических оснований буржуазного общества в концепции К. Маркса. Невыясненность вопроса о мотивах накопления капитала. Место капитализма в марксовом видении всемирно-исторического процесса.

Многофакторный подход к анализу генезиса и духовных предпосылок капитализма. Концепция В. Зомбарта. Соединение стремления к наживе с хозяйственной деятельностью как основа буржуазного духа. Исторические типы предпринимательства: «завоеватель», «организатор», «торговец». Инстинкт наживы как природное биологическое свойство отдельных личностей и народов. Буржуазные добродетели: рациональность, экономность, благоразумие; буржуа как тип личности. В. Зомбарт о трех составляющих буржуазного «духа»: предпринимательство, инстинкт наживы, буржуазные добродетели. Рационализация и программирование образа жизни как особенность буржуазной личности. Буржуа старой (до XVIII в) и новой (после XVIII в.) формаций.

Индустриальная и постиндустриальная стадии капитализма.

Тема 5. Культурные и этические предпосылки частного капиталистического предпринимательства

Культурологический подход к возникновению капитализма: Макс Вебер. Влияние культуры и религии на мировоззренческие и этические мотивы поведения в сфере хозяйства и предпринимательства.

Историческая специфика капитализма, его сущностные отличия от всех предшествующих форм хозяйственной организации: рациональный «дух капитализма», порожденный протестантской религиозной этикой.

Особенности протестантской религиозной этики, способствовавшие зарождению в ее недрах нравственных основ свободного предпринимательства: человек как орудие Бога, мирской аскетизм — служение Богу в мирской повседневной деятельности, Лютер о профессии как божественном призвании, представление о равенстве людей во грехе и социально-ценностная равнозначность профессий, теория предопределения и подтверждение богоизбранности и спасенности только через успех в повседневном

туде. Культурно-этические отличия протестанта-предпринимателя Нового времени от традиционных типов предпринимателей, рентабельность предприятия и рациональность образа жизни как главные особенности капиталистического предпринимательства.

Социально-культурные и мировоззренческие последствия Реформации. Нравственная легитимизация деятельности предпринимателей и примирение с ними трудящихся через представления о профессиональном долге и успехе как признаке богоизбранности. Строгая индивидуализация общения с Богом и нравственной ответственности. Возможность рациональной денежной оценки шансов на религиозную избранность как духовно-этическое основание безличных социально-экономических отношений.

Протестантизм как идеология предпринимательства. Лютеранство как идеология профессионального совершенства. Кальвинизм как мировоззрение предпринимателей-финансистов. Тип личности раннебуржуазного предпринимателя: Б. Франклин. Основные черты: трудолюбие, бережливость, профессионализм, рациональность. Робинзон Крузо как литературный образ нового человека. Историческая эволюция буржуазного типа личности, традиционный мещанин-предприниматель и современный бизнесмен М. Маккоби о типах личности современного бизнесмена.

Католицизм и предпринимательство. Социальная критика свободного предпринимательства и рынка католическими идеологами.

Современный протестантизм об индустриальном обществе. Протестантская этика и современная этика бизнеса.

Веберовская концепция протестантской этики как духовной предпосылки капиталистического развития в современной социологии: критика и развитие (К. Самуэлсон, В. Шлюхтер и др.)

Тема 6. Хозяйство и бизнес в незападных культурах

Формирование научных подходов к осмыслению социально-культурных и этических проблем хозяйства и предпринимательства на Востоке: К. Маркс о «формах, предшествующих капиталистическому производству», М. Вебер о религиозно-культурных особенностях восточных обществ и их принципиальной неспособности к формированию духовно-этических оснований капиталистического предпринимательства.

Культурные типы хозяйственной этики на Востоке: индо-буддистский регион, исламский регион, Китай, Япония.

Межличностные отношения как универсальная основа хозяйственной культуры незападных обществ. Включение индивида в социальные, религиозные, родоплеменные, семейные, клановые отношения. Ориентация хозяйственной активности на поддержание этих отношений. Ограничения, накладываемые межличностными связями на хозяйственную и предпринимательскую активность.

Ориентация хозяйства на непосредственное потребление в рамках основных традиционных ценностей: богатства, здоровья, долголетия, многодетности и т.д. Богатство и престижное потребление. Традиционные ограничения на потребление.

Представление о преходящем характере земных благ, обуславливающее их низкую нравственную ценность, выведение мирской активности за рамки религиозного служения, ориентация на накопление духовных заслуг в противоположность мирской суете, пассивность и созерцательность как религиозные поведенческие установки. Иерархия ценностей и путей спасения в индуизме и буддизме, ее влияние на духовное обоснование хозяйственной и предпринимательской деятельности.

Утилитаризм и практичность китайской культуры, ценности государственно-политической и семейной иерархии, трудолюбие и стремление к богатству в традиционном понимании. Отсутствие в китайской культуре высших духовных установок на развитие предпринимательской деятельности.

Традиционные ограничения на хозяйственную и предпринимательскую активность в восточных культурах: связь профессии с жестко закрепленным социальным и рели-

гиозным статусом в индийской кастовой системе, торговые касты и нравственная оценка богатства. Низкая ценность и престиж физического и производительного труда и труда по найму. Ритуальные ограничения на хозяйственную и предпринимательскую активность. Монастырь и регуляция хозяйственной деятельности.

Хозяйственная этика иудаизма: отсутствие аскетизма, этика «золотой середины», ориентация на семейственность и на взаимную поддержку, финансовая деятельность и иудаистская традиция. Хозяйственные ориентации в исламе: справедливость и «срединная культура».

Современная трансформация традиционных этических установок в «третьем мире»: программа радикальной вестернизации и ее провал, синтез традиционных и современных ценностей и институтов, использование традиционных этических установок для нравственного обоснования современного бизнеса. Традиционные межличностные отношения в условиях современного социально-экономического развития, обеспечение социально-культурной преемственности и стабильности, поддержание традиционных солидаристских связей и его противоречивое влияние на современные формы действительности.

Тема 7. Социокультурные основания хозяйственного развития в теориях модернизации стран Востока

Характер хозяйственного развития в обществах запоздалой индустриализации. Вклад К. Маркса, М. Вебера и позднейших социологов в создание сравнительной теории модернизации. Концепции вестернизации незападных обществ. Поиски прямых аналогов «протестантской этики» и других социально-культурных ценностей и институтов Запада в собственном культурном наследии, ограниченность аналогий. Позднейшее развитие веберяны и ее использование в теории модернизации. Пути преодоления западоцентризма в оценке духовных аспектов развития. Концепции самобытного развития и «третьего пути».

Сущность модернизации. Социально-экономические, политические и социокультурные аспекты модернизации. Исходное противоречие модернизационного процесса: наложение и взаимодействие принципиально различных типов социокультурной регуляции. Социокультурные проявления этого противоречия: между традициями и современностью, между собственным достоянием и инородной культурой, между потребностью в развитии и в сохранении стабильности. Социокультурная многоукладность как отражение этих противоречий. Конфликтный тип взаимодействия традиций и современности.

Концепции синтеза, симбиоза и структурирования системы ценностей. Подвижное соотношение традиционного и современного, способность традиционных ценностей адаптироваться к потребностям современного развития и создавать для него адекватную социально-культурную основу. Поиски социально-экономических моделей развития, адекватных эндогенному типу культуры и соответствующему типу личности. Региональные концепции самобытного развития.

Идеи гандизма в Индии. Развитие на основе традиционных индуистских ценностей: целостность дхармического мировосприятия, гармоничность общества и природы, терпимость и самосовершенствование, «дух братства», неприятие индустриализации и общинно-корпоративное развитие.

Буддистская экономика и «срединный путь», приоритет духовных ценностей и духовного самосовершенствования, добровольная минимизация потребления и достижение максимального благосостояния минимальными средствами, ненасилие как духовный императив развития. Концепция «промежуточной технологии» Е. Шумахера.

Исламские концепции самобытной модернизации. «Исламский путь» как утверждение духовных и нравственных ценностей Корана в противовес «материализму» и «бездуховности» Запада. «Теология труда» и отрицание «нечестных» способов накопления богатства — запрет ссудного процента. Требование гармонии и справедливости

в обществе на основе следования справедливым «исламским» принципам перераспределения. Исламская экономика как «экономика тоухида» — единство и солидарность мусульман в совместном отстаивании и претворении в жизнь исламских ценностей.

Поиски социокультурных оснований «японского чуда». Японский капитализм и эндогенное культурное наследие. Р. Бенедикт о «культуре стыда» и «культуре вины». Межличностные и корпоративные отношения в японском обществе и структуре японской экономики. Контекстуальные концепции японской культуры, ориентация на приспособление к конкретным обстоятельствам и поиск практических решений. Сдерживание проявления крайностей в культуре, ориентация на компромисс. Трудолюбие в японской культуре. Японский менеджмент как самобытное социокультурное явление.

Тема 8. Культурные и этические традиции российского предпринимательства

Исторические и социальные условия, наложившие отпечаток на развитие российского предпринимательства: патримониальное государство, специфика российского города и разделение труда, крепостная зависимость крестьянства, реформы Петра I, реформы середины XIX в., хозяйственный подъем начала XX в. Социальная и правовая специфика развития российского купечества.

Духовная специфика российского общества, обусловившая своеобразие его хозяйственной этики: православие, мистический и магический характер православного спасения, противопоставление мирского и монашеского религиозных идеалов, безразличие религиозного сознания к хозяйственной этике и вынесение этического регулирования хозяйственной деятельности за пределы православного сознания. Труд и богатство в православии, о. С. Булгаков о материальной деятельности в православном сознании.

Образ купца в нравственном сознании российского общества. Образ купца в русских сказках, «хозяин» в русской классической литературе, в произведениях Гоголя, Островского, Салтыкова-Щедрина, Мельникова-Печерского, Гиляровского, Горького. Критика российского предпринимательства в идеологии почвенников и народников. Отношение к развитию промышленности (Н.Г. Михайловский).

Нравственный статус купечества и предпринимательства в российском обществе — его приниженное положение и постепенный рост престижа и самосознания в конце XIX — начале XX вв. Противоречивое отношение к богатству и предпринимательству как черта русской культуры.

Иерархия хозяйственной и промышленной деятельности в нравственной оценке российского общества: промышленник-фабрикант, купец-торговец, процентщик, откупщик.

Идеология общественного служения и представления о смысле предпринимательской деятельности как о служении высшей цели — общественной, культурно-просветительской, о богатстве как средстве служения этой цели. Эксплуатация как взятие денег «взаймы». Благотворительность и меценатство российского купечества: Третьяковы, Морозовы, Мамонтовы, Бахрушины, Найденов, Алексеевы. Социальная деятельность российских предпринимателей и отношение к ней в обществе.

Хозяйственная этика российских религиозных меньшинств: благоприятная для хозяйственной деятельности духовная и этическая культура старообрядчества, духоборчества, молокан. Их в целом слабое влияние на хозяйственную этику российского общества, причины.

Хозяйственная этика в советский период российской истории. Мобилизующее влияние коммунистической идеи. Ориентация на экстенсивные затраты труда, издержки и пределы такой ориентации. Хозяйственная инициатива в условиях социалистической экономики. Перестройка, становление нового российского предпринимательства и его социокультурная и этическая специфика.

Современные дискуссии о путях и стратегии развития России. Идеологема «русского пути» в экономике и проблематике социокультурных предпосылок развития хозяйства в дискуссиях российских ученых.

РАЗДЕЛ 2

Этические и социально-культурные проблемы взаимодействия бизнеса и общества. Социальная ответственность бизнеса, его роль и функции в обществе, влияние на социальные процессы, духовную жизнь, нравственную регуляцию, экологию и т.д. Социально-культурная критика рынка и частного предпринимательства в разных типах общества.

Тема 9. Социальная роль и ответственность бизнеса

Этика бизнеса как научная и учебная дисциплина, ее формирование и развитие. Основные направления в этике бизнеса: 1) общие культурные и этические предпосылки развития хозяйства и предпринимательства, взаимодействие бизнеса и общества; 2) проблемы нравственной регуляции внутри сферы бизнеса.

Проблема социальной ответственности бизнеса и ее постановка в научной и публицистической литературе Запада: взрыв общественного и расового недовольства в США в 60-е годы, экономический спад и рост безработицы, обострение экологического кризиса, проблемы взаимоотношений и экономических связей со слаборазвитыми странами Азии и Африки, Латинской Америки.

Современные представления о социальной сущности бизнеса. Бизнес как деятельность, направленная на получение прибыли путем производства товаров и услуг. Бизнес как источник роста общественного благосостояния. Представления о взаимоотношениях бизнеса и общества на основе «контракта».

Дискуссии о социальной ответственности бизнеса:

А. Позиция противников постановки вопроса о социальной ответственности бизнеса: прибыль и выгода акционеров как главная функция бизнеса; безнравственность пересмотра «контракта» между бизнесменом и обществом; дифференциация функций и ответственности различных социальных структур, наделение бизнеса социальной ответственностью как перенос на него части функций правительства представляет угрозу для демократии, поскольку дает слишком большую власть над обществом в руки представителей бизнеса, не избранных демократическим путем и не обязанных заботиться об общественном благе; обремененность бизнеса социальными проблемами может ограничить его свободу и тем самым нанести ущерб его основной деятельности; возможность конфликта социальной и деловой ответственности.

Б. Позиция сторонников социальной ответственности бизнеса: бизнес есть часть общества, зависит от общества, следовательно, должен заботиться об обществе; благо для общества есть благо для бизнеса («Что хорошо для Америки, хорошо и для "Дженерал моторе"»).

Юридические и нравственные аспекты социальной ответственности бизнеса.

Субъект нравственной ответственности бизнеса: индивидуальное и коллективное предпринимательство. Проблема нравственной ответственности коллективных предпринимателей — корпораций, акционерных обществ и т.д.

Тема 10. Сферы и формы социальной ответственности бизнеса

Благотворительность и меценатство как простейшие формы социальной деятельности бизнеса.

Главная социальная ответственность бизнеса — не способствовать росту нищеты и безработицы, избегать дискриминации женщин и национальных меньшинств в сфере занятости и оплаты труда, улучшать условия труда, не допускать экологических преступлений и неоправданной растраты невозобновимых природных ресурсов.

Критерии нравственной оценки деятельности бизнеса: а) насколько производимая продукция и услуги и их качество способствуют общему процветанию; б) каким образом используются природные ресурсы и рабочая сила.

Нравственная ответственность в сфере инвестиций как совокупность моральных проблем, стоящих перед вкладчиками и акционерами, которая возникла в период социальной нестабильности 60-х годов. Озабоченность инвесторов не только получаемой прибылью, но и социально-нравственной ролью предприятия, а также нравственным характером ведения бизнеса. Разделение инвестиционной и управленческой форм бизнеса в акционерных предприятиях и попытки нравственного контроля акционеров за менеджерами всех уровней. Главный нравственный принцип инвестиций: непричинение социального зла имеет моральный приоритет перед стремлением способствовать социальному благу.

Нравственная ответственность в сфере производства. Моральная оценка произведенного продукта. Нравственно осуждаемые и запрещенные виды товаров и услуг, проблема критериев, определяющих запрет или ограничение на их производство и распределение. Проблема нравственной ответственности производителей за безопасность и качество продукции. Общие стандарты качества, относительность безопасности и степени риска, порождаемого продуктом.

Нравственная ответственность в сфере экологии. Корни экологических проблем в духовно-нравственных традициях западной культуры. Является ли отношение бизнеса к окружающей среде нравственной проблемой? Существует ли специфическая экологическая этика, или общих нравственных принципов (свободы, справедливости, равенства и т.д.) достаточно для регуляции отношений в области экологии? Проблема равновесия социальной потребности в чистой окружающей среде и интересов производства.

Нравственная ответственность бизнеса в сфере найма и занятости. Проблема дискриминации на основе расовых, национальных, половых, религиозных и т.д. принципов и формы борьбы с ней. «Обратная дискриминация» как форма компенсации через систему квот и обратных предпочтений. Нравственные проблемы «обратной дискриминации»: а) является ли справедливым требование компенсации в настоящем за дискриминацию в прошлом? б) не оказывается ли восстановление справедливости для одних дискриминацией для других? Необходимость индивидуального, а не группового подхода к проблеме справедливости.

Тема II. Проблема регуляции и контроля этических аспектов деятельности частного предпринимательства

Задачи социального контроля за этикой бизнеса: свести к минимуму ущерб, наносимый деятельностью свободных предпринимателей социальной и природной среде. Проблема субъекта социальной регуляции этики бизнеса: предприятия приравняются к индивиду, несущему нравственную ответственность. Необходимость сочетания внутренних и внешних форм моральной регуляции. Дискуссии о необходимости социального контроля за этикой бизнеса. Точка зрения противников: в социальном контроле нет необходимости, так как нарушители нравственных норм в условиях свободного рынка и независимых средств массовой информации губят сами себя, теряя престиж и своих клиентов. Точка зрения сторонников: даже в условиях полной экономической и информационной свободы бизнес сам, без контроля со стороны общества, не в состоянии поддерживать этику на высоком уровне. Юридическое обеспечение этики бизнеса.

Формы внутренней регуляции этики бизнеса:

- необходимость фиксации нравственных требований в институциональных структурах;
- специальные нравственные кодексы предприятий и компаний как свод ценностей и норм, которыми менеджеры обязаны руководствоваться в повседневной работе;
- осуществление различных видов этических консультаций в современных системах производственного управления через: 1) экспертов по этике бизнеса; 2) директора по общественным связям; 3) комиссии или «группы поддержки» из специалистов разно-

го профиля для решения нравственных проблем. Достоинства и недостатки каждого вида;

— «социальный аудит» (ревизия) как способ оценки выполнения предприятиями и компаниями их социальных обязанностей и соблюдения этических норм. Проблема универсальных критериев и форм оценки.

Внешние институты, регулирующие этику бизнеса: государственный контроль. Дискуссии о необходимости государственного контроля за этикой бизнеса и допустимость вмешательства в сферу свободного соревнования предпринимателей.

РАЗДЕЛ 3

Этика предпринимательства и менеджмента. Социокультурные основания менеджмента и деловой культуры, формы и методы включения социально-культурной проблематики в практику предпринимательства.

Тема 12. Социально-культурные аспекты менеджмента

Менеджмент и решение практических проблем управления с учетом социально-культурных факторов. Включение социально-культурных факторов в практику менеджмента, в повседневную управленческую деятельность, в организационные структуры и планирование.

Социокультурная и идеологическая обусловленность отношений господства—подчинения в хозяйственной и предпринимательской деятельности. Протестантское этическое сознание и формирование отношений господства—подчинения в хозяйственной культуре Западной Европы. Социальный дарвинизм и идеология предпринимательства в Новом Свете. Корпоративные отношения и управление промышленностью в дореволюционной России. Идеология строительства коммунизма как основа управления в Советском Союзе.

Менеджмент как наука об управлении, его становление и развитие. Система Ф. Тэйлора и ее культурно-этические основания: максимальная рационализация производственного процесса, максимальная производительность как главная цель, максимальное совершенствование квалификации каждого рабочего, гармония на производстве и сотрудничество рабочих и администрации, дифференцированная оплата труда по принципу «максимальная производительность — максимальное благосостояние». Критика системы Тэйлора за недостаточное внимание к «человеческому фактору».

Становление теории «человеческих отношений» в менеджменте: Э. Мэйо, Г. Ливитт, П. Дракер. «Философия контракта» и «философия общей судьбы». Заинтересованность рабочего в делах фирмы. Отождествление личных материальных интересов и успехов предприятия. Взаимные обязательства фирмы, менеджеров, наемных работников. Представления о лояльности работников фирме. Формирование «команды».

Опыт Японии и новых индустриальных обществ Юго-Восточной Азии и дальнейшее развитие менеджмента сотрудничества. Формирование «корпоративной культуры» и модели «фирма как семья». Значение статуса и субординации, символов власти, знаков различия в формировании атмосферы доверия и сотрудничества на предприятиях.

Тема 13. Проблемы конфликта обязанностей и интересов в этике бизнеса

Наличие разнообразных обязанностей и интересов у бизнесменов, корпораций, менеджеров, наемных работников и т.д. как основная причина возникновения нравственных конфликтов в сфере менеджмента. Проблемные поля конфликтов: деловые интересы, интересы и права акционеров, социальные обязанности бизнеса, обязанности нанимателей перед наемными работниками, обязанности наемных работников перед работодателями.

Конфликты, вытекающие из существования нескольких обязанностей там, где возможно выполнение только одной. Реальная почва таких конфликтов — различие

социальных и профессиональных ролей, профессионального достоинства и общих моральных норм, наличие специфических обязанностей у бизнесменов и менеджеров перед фирмой, противоречия между «опекунскими обязанностями» фирмы по отношению к наемным работникам и менеджерскими приемами.

Нравственные обязанности наемных работников и менеджеров перед фирмой: лояльность и дисциплина. Традиционные представления о лояльности фирме как предпочтении нравственных обязанностей перед фирмой всем другим обязанностям и интересам. Противоречия между традиционными представлениями о лояльности и современным пониманием прав наемных работников, а также потребностью общества в открытости и свободной информации. Право наемных работников на относительную нравственную независимость от компании и линию поведения, преследующую собственные нравственные идеалы.

Совмещение собственных прагматических интересов наемных работников с интересами фирмы как проблема менеджмента сотрудничества на пути ликвидации конфликтов обязанностей.

Конфликт интересов как существование альтернативных интересов, один из которых незаконен и может быть отклонен на основе нравственных норм. Конфликтующие интересы как несколько взаимопровергающих одинаково законных интересов. Пути преодоления нравственных кризисов.

Тема 14. Социально-культурные и этические аспекты рекламной деятельности

Социокультурная и социально-психологическая ориентация рекламной деятельности. Культурные, исторически, эстетические и др. традиции потребителей в создании рекламной продукции.

Использование этических установок в рекламе. Этическая критика рекламы. Основные обвинения: сообщение неверной информации, раздувание потребностей и престижного потребления, различные формы нарушения прав потребителей.

Неверная информация в рекламе: обман, поэтическая фантазия или безобидное преувеличение. Истина в рекламе — информация о том, что именно и где продается. Ограничения допустимости «лжи как преувеличения» в рекламе: лекарства и прочие жизненно важные товары. Преувеличение достоинств товаров и услуг как подрыв жизнеспособности рационального экономического выбора у потребителя.

Формы защиты потребителя от ложной информации в рекламе: «стандарт разумного потребителя» и «стандарт доверчивого потребителя».

Реклама и проблема потребностей. Цель бизнеса — удовлетворение общественных потребностей, реклама как средство формирования потребностей, порой неразумных и неоправданных. Реклама как нарушение свободы и суверенитета покупателя. Реклама и престижное потребление.

Витальные и второстепенные потребности. Критика рекламы как средства раздувания второстепенных потребностей. Социальная и культурная обусловленность второстепенных потребностей и оправдание рекламы.

Реклама и свобода выбора у потребителя. Представления о позитивной свободе (самореализация и самосовершенствование личности) и негативной свободе (свобода от внешнего давления). Реклама как подрыв позитивной свободы путем влияния на рациональность выбора и ставки на невежество и доверчивость потребителя. Иррациональный выбор, сделанный на основе рекламы, как унижение человеческого достоинства.

Реклама в современных российских средствах массовой информации. Массовый зритель и адресаты рекламы. Реклама как катализатор неоправданных потребностей и социального напряжения.