

-
- Лучко М.Л. Развитие инноваций в Швеции: традиции, современность и будущее // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2010. № 1.
- Монсан П. Финансовые гранты от исследовательских организаций постепенно исчерпывают себя // Инновационные тренды. 2011. № 11.
- Налетова И.В. Метафундаментальный анализ предпринимательских университетов // Аналитика культурологии. 2007. Вып. 8.
- Наука и технологии России. Деревянные инновации, 2010. URL: http://www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=222&d_no=33900.
- Национальный рейтинг университетов 2012/2013 гг. URL: <http://www.univer-rating.ru>.
- Организация инновационной деятельности в университетах США: Сборник учебно-методических материалов. Н. Новгород, 2011.
- Певзнер М.Н., Петряков П.А. Новое общественное управление» в вузах Германии: путь к автономии или утрата академических традиций? // Непрерывное образование: XXI век. 2013. № 3.
- Программа «ЭВРИКА». Университет – регион – бизнес: на путях интеграции. М., 2013.
- Проект программы Европейской Комиссии ТЕМПУС-IV «Навстречу модели университета исследовательского и предпринимательского типа в системе высшего образования России, Украины и Молдовы» № 144855-TEMPUS-2008-DE-JPHES. Университет исследовательского и предпринимательского типа: европейский опыт для Молдовы, России и Украины, 2011.
- Рубин Ю.Б. Высшее образование в России: качество и конкурентоспособность. М.: МФПА, 2011.
- Тараканов В.В. Модернизация системы университетского управления: зарубежный опыт // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 3: Экономика. Экология. 2007. Вып. 11.
- Шансон Г. Центры конкурентоспособности – наиболее значительные элементы французской инновационной системы // Инновационные тренды. 2011. № 11.

Рукопись поступила в редакцию 17.06.2014 г.

ТРАНСФОРМАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЭТИКИ В НОВОЕ И НОВЕЙШЕЕ ВРЕМЯ

Л.С. Черной

В статье рассмотрены трансформации массовой предпринимательской этики в Новое и Новейшее время. Показано, что социоэкономическое развитие рыночных экономик в эти эпохи последовательно ставило под сомнение как необходимость и возможность устойчивых ограничений предпринимательского активизма с позиций внутренней нравственной нормативности, так и способность институтов государства обеспечивать равные и справедливые правила рыночной конкуренции. Это создает проблему для всей системы институтов взаимного доверия между предпринимателями, а также между предпринимателями и государством, неизбежно сужая возможности планирования и прогнозирования экономического развития.

Ключевые слова: предпринимательская этика, предпринимательские мотивации, гражданские добродетели, нравственный закон, свободная конкуренция, негативные экстерналии, конфликты нормативности, социальная легитимность.

ВВЕДЕНИЕ

Этика предпринимательства, без сомнения, постоянно находится в сфере внимания экономической науки. Однако большинство исследований, которые рассматривают данную проблему с точки зрения теории мотиваций социального действия (Парсонс, 2000), разных форм оппортунистического поведения

© Черной Л.С., 2014 г.

и их влияния на трансакционные издержки (Уильямсон, 1996) или проблем позитивной либо негативной «рутинизации» внутрифирменных норм (Ходжсон, 2003) в институциональной теории, не освещают в необходимой степени проблемы расхождений между «внутренней» социальной нормативностью предпринимателей-индивидов и сообществ-фирм разного уровня и актуальными законодательными рамками экономической деятельности, которые задаются извне.

Разрабатываемая Т. Дональдсоном и Т. Данфи *интегральная теория общественного договора* (далее: ИТОД) (Donaldson, Dunfee, 1994, 1999) обсуждает коллизии прежде всего между общечеловеческими «гипернормами» и специфическими «микронормами» различных сообществ, объединенных общими целями и ценностями и признающих эти «микронормы» легитимными, а также механизмы разрешения этих коллизий внутри сообществ и между сообществами.

Д.М. Шепард, Д. Шепард, Д. Вимбух и К. Стивенс (Shepard et al., 1998) рассматривают историю экономической этики в Новое и Новейшее время как смену эпох «морального единства I», «аморального бизнеса» и нового – осмысленного и ответственного – «морального единства II». Однако эта периодизация представляется, во-первых, чрезмерно упрощенной и схематичной с точки зрения причин и характера этических трансформаций предпринимательской среды и, во-вторых, чрезмерно оптимистичной. Поскольку постулированный указанными авторами переход западного предпринимательства на новый этап «постиндустриальной» экономики и, соответственно, к эпохе «морального единства II», – слишком очевидным образом поставлен под сомнение массовыми примерами аморального поведения бизнеса и государства, которые явил нынешний глобальный экономический кризис.

В то же время налицо достаточное число фактов, показывающих, что в Новое и Новейшее время в большинстве стран с рыночной экономикой (и в особенности в странах

«классического» рыночного Запада) отчетливо прослеживаются тенденции расхождения между «внешними» нормами законодательных предписаний, регулирующих сферу ведения бизнеса, и «внутренними» общесоциальными, групповыми и индивидуальными нормами справедливого и должного в сфере предпринимательства.

Цель статьи – точнее выявить и описать эти тенденции и их генезис, а также оценить характер и механизмы их влияния на процессы экономического развития.

СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ЭТИКА»: ОТ СРЕДНЕВЕКОВЬЯ К «РАЗВИТОМУ КАПИТАЛИЗМУ»

Предпринимательскую этику современные энциклопедии определяют как особую подсистему общественной нравственности и как специфический этос, свойственный предпринимательскому сообществу (Бакшатновский, Согомонов, 2001). При этом подчеркивается, что предпринимательская этика в качестве подсистемы общественной нравственности базируется на частной собственности, экономических свободах и товарно-денежных отношениях и одновременно предполагает не накопительно-распределительный, а творчески-производительный тип отношения к созданию и использованию прибыли.

Отметим, что такой подход к выделению особого типа этики и особого социального этоса предпринимателя не является всеобщим и универсальным, он характерен в основном для периода становления индустриальной хозяйственно-экономической системы Европы Нового времени. Известно, что в разных цивилизационных ареалах Древности и Средневековья бытовали существенно разные представления о допустимых (т.е., социально и морально санкционированных) способах творчески-производительного накопления,

приумножения и использования производственной и торговой прибыли.

Эти разнообразные представления о предпринимательстве – от трактатов Ксенофонта (Фролов, 1963), Аристотеля (Аристотель, 1997) и поучений древнекитайских философов до этических сочинений средневековых религиозных авторитетов и, в частности, Фомы Аквинского (Бартенев, 2000) – стали предметом специальных исследований в эпоху становления капитализма Нового времени. Именно на этом историческом этапе, в ходе колониальной экспансии ведущих европейских держав и быстрого расширения глобальных торговых контактов, в европейских центрах капиталистического развития востребовалось и рождалось понимание того, каким образом формируется и что собой представляет общая система мотиваций и морально-этический комплекс человека (в том числе «человека экономического» и предпринимателя) другой культуры.

Но лишь на рубеже XX в. в рамках социально-экономической компаративистики возникли сравнительно-исторические исследования предпринимательства и предпринимательской этики, анализирующие их культурно-религиозные истоки, внутренние конфликты и динамику, а также влияние на характер, содержание и темпы хозяйственно-экономического развития.

Лидером в становлении капиталистического рыночного хозяйства «по факту» оказалась преимущественно протестантская часть Европы и позднее Америки (где в основном и формировалась социальная модель «человека экономического» Нового времени). Естественным следствием этого обстоятельства стал особый интерес к проблеме мотиваций такого человека в странах развивающегося капитализма, где протестантизм занимал сильные или даже решающие позиции в общем религиозном пространстве «морального должностования»: в Англии, Германии, Франции, позже – США и других странах с высоким религиозным значением «эмигрантского» протестантизма.

Одним из первопроходцев таких исследований стал Макс Вебер (Вебер, 1990). Здесь нельзя не отметить, что позже немало историков и экономистов показали, что оценки М. Вебером преобладающей или даже исключительной роли протестантизма в становлении современного капитализма преувеличены. В частности, на это указывали Ф. Бродель (Бродель, 1986), Дж. Арриги (Арриги, 2006), Б. Аррунада (Arrunada, 2010) и др.

Тем не менее начиная с основополагающих работ М. Вебера (Вебер, 1990) и других социологов преимущественно «протестантских» стран (Зомбарт, 1994; Трёльч, 1995; Парсонс, 2000) точка зрения о доминирующем влиянии именно протестантской этики на становление системы мотиваций деятельности «человека экономического» (и, в частности, предпринимателя) европейского Нового и Новейшего времени стала, несмотря на полемику по вопросу о специфике зарождения «предпринимательского духа», преобладающей.

Вебер и его последователи определяли протестантскую этику такими чертами (гражданскими добродетелями), как личная (в том числе предпринимательская) активность, трудолюбие, усердие и настойчивость, честность, добросовестность, аскетизм, недопущение обмана и угнетения работников и слуг и т.д. Подчеркивалось, что все эти качества (и достигнутый благодаря им экономический успех) предприниматель-протестант рассматривал как правильное исполнение Божественной воли и личный путь к спасению души.

Отметим, что при этом М. Вебер как пионер научного исследования проблемы не ограничился рассмотрением наиболее важной для него протестантской предпринимательской этики. Далее он достаточно внимательно проанализировал – на доступном ему в то время уровне – роль иных религиозных и социокультурных сред в становлении мотивационных предпочтений и мотивационной специфики предпринимательства (в том числе развитого предпринимательства) в разных

конкретных исторических и страново-географических условиях – в христианско-европейской религиозно-культурной зоне, а также в конфуцианской, исламской и джайнинской Азии.

В частности, в «Хозяйственной этике мировых религий» и отчасти в «Социологии религии» М. Вебер описал системы предпринимательской этики «традиционного» (в его терминологии) типа в ареалах распространения различных мировых религиозных учений (Вебер, 1994б). Вебер, а позже и другие исследователи показали, что в Новое время в Европе и ее колониальных владениях наряду с основным (условно протестантским) типом наиболее динамичной с точки зрения темпов развития предпринимательской этики существовали специфические (и вполне успешно развивавшиеся) очаги предпринимательства, этическая нормативность которых определялась иными религиозными и социально-культурными основаниями.

Так, существуют описания специфики предпринимательской этики в католических городах-республиках Средневековой Италии (Брагина, 1983; Гордиенко, 2010), православной Византии (Иванов, 2002), языческой и раннехристианской Руси (Фроянов, 2012).

Представляется, что одно из наиболее ярких и развернутых сопоставительных описаний, касающихся становления специфической буржуазной этики (в том числе в ее «предпринимательском» аспекте) и дополняющих анализ М. Вебера, дает М. Оссовская в работе «Рыцарь и буржуа» (Оссовская, 1987). Оссовская, рассматривая представления о предпринимательской этике от Древности до позднего Нового времени, содержащиеся в исследованиях, наставлениях, поучениях, художественной литературе разных эпох, убедительно показывает, что предпринимательская нравственность, общественная мораль и осмысление их постулатов в этике обусловлены как религиозными представлениями (культом), лежащими в ядре определенной культуры, так и спецификой конкретного развития этой культуры, включая культуру экономиче-

скую, в различных сословиях в определенном месте и в определенное время, и что в этом смысле предпринимательская этика не только «экономическая», но и культурно-специфична, сословно-специфична и исторична одновременно.

Тем не менее нельзя не признать, что европейская предпринимательская этика протестантского типа, беспрецедентно подстегнувшая развитие европейской науки и промышленных технологий, стала одним из главных «моторов» того рывка в экономическом развитии основных стран Европы, который создал хозяйственно-экономический и, шире, общецивилизационный облик капитализма Нового времени. Этику этого типа – по мере расширения масштабов международных торговых обменов и в порядке «копирующего» догоняющего развития – в той или иной степени перенимали для обеспечения собственной конкурентоспособности многие экономически связанные с «протестантской» Европой регионы мира.

При этом следует подчеркнуть, что социоэкономические трактаты Нового времени (в частности, учение А. Смита о «невидимой руке рынка» (Смит, 2007), обеспечивающей объединение индивидуальных предпринимательских эгоизмов в русле «общего блага») явным или неявным образом в содержании массовой этики предпринимателей подразумевали некий «нравственный закон внутри», который разделял богоугодное, благое предпринимательское действие и недопустимый, греховный выход за его пределы.

В связи с этим стоит напомнить, что до широко известного «Богатства народов» тот же А. Смит издал трактат «Теория нравственных чувств» (Смит, 1997), где вполне ясно сформулировал представления о том типе общества (и гражданина того общества), который является условием «благотворности» работы «невидимой руки рынка». Так, например, А. Смит пишет: «...мы презираем эгоиста, очерствелая душа которого занята исключительно только собой и относится бесстрастно

как к счастью, так и к несчастью своих ближних» (Там же, с. 44).

Нельзя не подчеркнуть, что близкие представления о допустимом и недопустимом в предпринимательской этике были и в католической Европе позднего Средневековья и раннего Нового времени. В частности, в католических городах Италии также существовала внутренняя религиозная нормативность «уважения к ближнему», которая была естественным нравственным ограничением предпринимательского активизма. Так, например, именно нарушение этой нормы «религиозно чуждым» Шейлоком оказывается предметом основной коллизии в комедии У. Шекспира «Венецианский купец» (Шекспир, 2001).

Одновременно нужно отметить, что у «нравственного закона внутри» по И. Канту (Кант, 2000), устанавливающего «справедливые» границы для человеческого, в том числе предпринимательского, активизма, был отчетливый коррелят в этике предпринимательства традиционных укладов. Так, именно религиозная социокультурная нормативность «допротестантских» и «непротестантских» зон Европы в условиях экспансии капитализма Нового времени в достаточно больших объемах сохраняла и поддерживала (в особенности в предпринимательской среде малого и среднего бизнеса и вне основных промышленных центров эпохи) иную, традиционную этику.

Специфику этой предпринимательской этики (и ее существенные отличия от классической протестантской этики, базирующейся на подчеркнутом индивидуализме) представлял достаточно сильный «дух коллективизма».

Сообщества рассматриваемого типа, как правило, были ограничены сравнительно узким кругом лично – хотя бы «шапочно» – знакомых предпринимателей, а также постоянных покупателей их товаров и услуг. Нередко этот круг замыкался в рамках одной религиозной общины и (или) одного ремесленного цеха, городка, поселка, деревни. Эти обстоятельства в очень большой степени

определяли этическую специфику предпринимательства.

В этой этике, в частности, конкуренция была второстепенным фактором предпринимательской активности, поскольку сдерживалась как нормами внутрицеховой и внутрисословной солидарности, так и моральными репрессиями социальной среды (Оссовская, 1987). В этой этике, например, демпинговые приемы захвата рынка и негативные экстерналии предпринимательской деятельности (ее побочные вредные эффекты для других) были исключением из правил – по той причине, что воспринимались как аморальные и социально нелегитимные, т.е. они не могли получить социальной санкции.

Таким образом, наличие и сосуществование в экономической системе раннего Нового времени разных сословий и разных хозяйственных укладов способствовало сосуществованию глубоко различающихся предпринимательских этических систем. Причем можно с высокой степенью уверенности предполагать, что постепенное вытеснение традиционных типов коллективистско-солидаристской предпринимательской этики новым «протестантским» типом индивидуалистско-конкурентной этики было обусловлено не только преимуществами новой этики в обеспечении высоких темпов экономического развития. Успешность этого вытеснения была связана еще и с тем, что носители новой протестантской этики, несмотря на явно выраженный конкурентный индивидуализм, наглядно предъявляли наличие в основе своей деятельности упомянутого выше «нравственного закона внутри».

Однако развитие капитализма Нового времени не могло не создавать для активного предпринимательства новые контексты и новые условия. И соответственно не могло не приводить к трансформациям производительных сил и структуры рыночных экономик, а также доминирующей предпринимательской этики.

КОЛОНИАЛЬНЫЙ ИМПЕРИАЛИЗМ – ФАКТОР ЭТИКО-НОРМАТИВНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Видимо, очень серьезные трансформации предпринимательской этики в тогдашней Европе оказались связаны с эпохой колониальной экспансией развивающегося капитализма. Сталкиваясь с религиозными, социокультурными и этическими системами Азии, Африки, Америки, принципиально отличными от европейской христианской системы, колонизаторы регулярно обнаруживали отчетливые конфликты между своими и чужими моральными нормами. Одновременно они убеждались в том, что христианский прозелитизм (мягкий или жесткий) при любой его внешней формальной успешности не стирает до конца, но лишь «затушевывает» эти социокультурные и моральные различия и противоречия.

Ответом на этот вызов стали достаточно глубоко укорененные в Европе представления о фундаментальном антропологическом неравенстве, которое требует от христиан применять в отношении «дикарей» иные этические нормы. В связи с этим отметим, что неравенство феодальных сословий еще в позднем Средневековье оправдывалось их принадлежностью к разным антропологическим или расовым группам. Причем этот взгляд был настолько укоренен, что представлялся всем сословиям несомненным и не требующим доказательств. Тем более несомненным всем сословиям в Европе представлялось расовое превосходство христиан над иноверцами, а также белой расы над цветными (Гофман, 2001).

Можно предположить, что обсуждаемое здесь столкновение Европы с другими цивилизационными мирами в известной мере воспроизводило в массовом сознании пионеров процесса колонизации некий аналог «рыцарской» сословной этики средневековой и ранне-нововременной Европы. Той этики, в которой моральные нормы дворянства не рас-

пространялась ни на крестьянство, ни на буржуазное «третье сословие».

Поэтический (и потому общеизвестный) тезис Р. Киплинга «Несите бремя белых» (Киплинг, 1989) по определению предполагал особое отношение к «дикарям», на которых не распространяется собственное этическое регулирование «цивилизованного европейца». Этические нормы предпринимателя-колонизатора уже не составляют единства – они «расщепляются», оказываются многозначными и различными: для «своих» и для «дикарей».

Но когда «нравственный закон внутри» не является императивом (по Канту), а становится избирательным, то постоянный выбор в рамках этой избирательности не может не размывать и сам этот нравственный закон, и границы его применения. И в том числе – круг тех «своих», к которым относятся нравственные обязательства предпринимателя. Вплоть до глубокой избирательности: есть я и мой ближайший (прежде всего близкородственный) круг, а ко всем остальным может и должно быть такое же отношение, как к дикарям.

Эти тенденции – которые, отметим, выявляют аналогию или близость к типичным архаичным трайбалистским системам «права обычая» и внутриплеменных моральных норм (Гусейнов, 1986) – не могли не транслироваться из колоний в метрополию. Они не могли не ослаблять «внутренние» моральные регуляторы предпринимательской этики в Европе метрополий.

Представляется, что эти обстоятельства играли существенную роль в возникновении в то время в Европе дискуссий вокруг понятия «Homo homini lupus est»¹. И начиная с Дж. Гоббса и его «Левиафана» (Гоббс, 1964) именно они во многом определяли политико-социологические исследования роли государства как сферы «договора о правилах» и контролера «внешних» норм, предотвращающих сдвиг отношений граждан (и, в частности, предпринимательской конкуренции) в направлении «войны всех против всех».

¹ «Человек человеку – волк» (лат.).

Результатом дальнейшего становления и утверждения «государства общественного договора» по Гоббсу становится формальное (т.е. законодательное) ограничение предпринимательства (его конкурентной активности) в основном лишь внешними нормами запретов. «Нравственный закон внутри» оказывается, по сути, все более «факультативным» и необязательным регулятором предпринимательского поведения.

Более того, успешность бизнеса нередко оказывается связана с неморальным поведением, решениями и действиями предпринимателя. Устоявшиеся традиционные основы предпринимательства – доверие, кредит, священность собственности и договора в итоге опираются только на внешнюю нормативность государства-Левиафана, а именно на качество и детальную проработку формальных нормативных требований законов и на способность государства выявлять, пресекать и репрессировать нарушителей законодательных норм.

Оказывается, что собственно моральные границы предпринимательской активности (деловая репутация предпринимателя и его фирмы) в новых условиях в решающей степени зависят не от его внутренних нравственных устоев и «справедливого» отношения к конкурентам, работникам и т.д., а от того, насколько успешно и последовательно государство и предприниматель выполняют взаимные обязательства в плане установления, контроля и исполнения законов. Эгоизм и воинствующий индивидуализм, конкуренция во всех не запрещенных законом формах, ориентированных на максимизацию прибыли и рыночную экспансию, становятся на Западе Нового времени все более устойчивой (почти всеобщей) нормой предпринимательства.

Одновременно из доминирующей предпринимательской этики все более явно вымывается такая «гражданская добродетель», как упомянутое выше «недопущение обмана и угнетения работников и слуг». Иными словами, широко распространенной предпринимательской этической нормой становится тот самый

воинствующий эгоизм безразличия к судьбе ближних, который обличал А. Смит в свой «Теории нравственных чувств». Как написал Э. Фромм, «...качества, которых требовала система от человека, – эгоизм, себялюбие и алчность...» (Фромм, 2000). Этот этический сдвиг предпринимательства в немалой степени несет ответственность за нарастание классовых антагонизмов, которое в XIX в. привело к созданию различных (марксистских и др.) теорий эксплуатации трудящихся и множественным попыткам классовых (в том числе пролетарских) революций (Маркс, 1961).

ТРАНСФОРМАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЭТИКИ ЭПОХИ ОЛИГОПОЛЬНОГО И МОНОПОЛИСТИЧЕСКОГО КАПИТАЛИЗМА

Олигопольный и монополистический капитализм начиная с последней четверти XIX в. углубляет не только социальное, но и этико-нормативное расслоение предпринимательства. Он фактически разделяет предпринимательство на нормативно-конкурентную (нижнюю) и неявно-договорную (верхнюю) зоны. Причем в верхней зоне крупного и сверхкрупного монопольного и олигопольного капитала, с открытыми и негласными картелями, синдикатами, трестами и т.д., классические законы конкуренции действуют в особых «превращенных» формах или вообще не действуют (БЭС, 2004). А переход из нижней конкурентной зоны в верхнюю предполагает достаточно высокие «барьерные» издержки и большинству предпринимателей фактически недоступен.

Тем самым сфера применения понятий и механизмов классической свободной конкуренции резко сужается. И, следовательно, типы предпринимательской этики, характерные для нижней и верхней зон, дополнительно расщепляются. А поскольку в хозяйственной

системе, как правило, сохраняются и элементы (или рудименты) «доновременной» этики традиционного типа с ее сословно-цеховой солидарностью и моральными ограничениями конкуренции, то в хозяйственно-экономической системе возникает, как минимум, трехслойная система этических предпринимательских норм.

При этом, как убедительно доказал Й. Шумпетер (Шумпетер, 1995), основные импульсы экономического развития, включая внедрение в производство крупных инноваций, как правило, поступают из сферы крупного монопольного и олигопольного предпринимательства. То есть из той сферы крупного бизнеса, где систематически и последовательно нарушаются «писанные» конкурентные нормы (включая возникающее антимонопольное и антитрестовское законодательство). Совокупность этих новых процессов эпохи олигопольного капитализма «более равных», которым позволено многое сверх законного, дополнительно закрепляет в массовом сознании внеморальность предпринимательства как новую норму предпринимательской этики.

По этой «новой норме» разрешено все, что не запрещено (что не успели запретить, а также удастся скрыть от государственного ока или оспорить в суде). Однако к этим условиям добавляется еще одно: способность крупного капитала воспрепятствовать невыгодным для себя законодательным запретам через лоббистские механизмы законотворчества.

В связи с этим в социологической и политэкономической (в том числе марксистской) литературе можно наблюдать обсуждение феномена «покупки государства» сверхкрупным бизнесом и создания различных типов финансовых и финансово-промышленных олигархий. Этот (достаточно распространенный в повседневной политической практике эпохи) процесс сращивания крупного капитала и власти вызывает к жизни устойчивое (и воспринимаемое как справедливое массовым сознанием наемных работников и мелкого бизнеса) определение капиталистического государства как механизма классово-

го господства крупной и средней буржуазии (Энгельс, 1961).

Начиная с рассматриваемой эпохи, которую марксисты определяют как «монополистический капитализм», все более популярное в либеральных экономических теориях требование «минимального государства» есть основания рассматривать не только в связи с подозрением бизнеса, что чиновник-контролер будет мешать свободе предпринимательской деятельности. Но и прежде всего в связи с тем, что «купить» сильное государство почти невозможно, и в сильном государстве такой чиновник будет, в случае нарушений законодательных норм, правомочен и способен применить значимые и болезненные санкции закона в адрес не только мелкого и среднего, но и в адрес крупного и сверхкрупного бизнеса.

Очевидно, что феномен «купленного государства» в рамках широкого распространения описанной выше «многоуровневой» и «внеморальной» системы норм повышает транзакционные издержки классического «шумпетеровского» предпринимательства и разделяет зоны предпринимательства разного типа и масштаба достаточно высокими барьерами. Это одновременно сужает сферу доверия в совокупности сделок формально единого рынка, оказывая дополнительное давление в направлении элиминирования любых устойчивых форм предпринимательской этики, ориентированных на какой-либо социально легитимный «нравственный закон внутри» и социальную солидарность.

Видимо, это хорошо понимал германский канцлер О. Бисмарк, который рассматривал разрушение этических норм как одну из главных угроз своей программе политического, экономического и социального объединения множества германских княжеств в сильное и конкурентоспособное имперское государство. Усилиями Бисмарка в германское законодательство к концу XIX в. была включена система «внешних» моральных обязательств государства и предпринимателя, обеспечивавшая достаточно высокий для той эпохи уровень социальной ответственности

перед наемными работниками. Так был создан прообраз будущего буржуазного социального государства, получивший особое название «прусского социализма» (Григорьева, 2007).

Именно этот успешный опыт Бисмарка, ослабивший давление на власть со стороны (наиболее сильного в мире) германского социалистического и коммунистического движения и обеспечивший относительный социальный мир в Империи, позволил Германии – вплоть до поражения в Первой мировой войне – избежать катастрофических революционных потрясений. Представляется, что именно опора на опыт «прусского социализма» Бисмарка, позволившая законодательными нормами «внешней морали» обеспечить определенный уровень социальной солидарности в буржуазном государстве, позже оказалась одним из важнейших факторов победы итальянского фашизма Муссолини и германского нацизма Гитлера над весьма сильными левыми (социалистическими и коммунистическими) движениями в Италии и Германии. Так, например, Р. Пайпс (Пайпс, 2005) признает, что политические и экономические успехи Муссолини и Гитлера были решающим образом связаны с активным использованием ими «социалистических» идей. Отметим, что тот же вывод делает и Н. Устрялов (Устрялов, 1928, 1933).

ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ЭТИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПЕРВОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ РУБЕЖА XX В. И «ФИНАНСОВОГО ИМПЕРИАЛИЗМА»

Процессы первой волны глобализации, в конце XIX – начале XX вв., в высокой степени затронувшие практически все страны «рыночного» мира, не могли не оказывать мощное влияние на предпринимательскую этику.

Во-первых, крупные волны инокультурной миграции (в пределах Европы, в Север-

ную и Латинскую Америку, в Азию и Африку) приводили к очень плотным контактам общегражданской и предпринимательской этики разных групп мигрантов и автохтонного населения.

Во-вторых, эти контакты не могли, с одной стороны, не создавать морально-нормативные коллизии, а с другой – не приводить к дополнительному размыванию «морального закона внутри» и у мигрантов, и у автохтонов.

Конечно, были и остаются специфические (как правило, религиозные, в том числе сектантские) общины, которые на новой родине создали своего рода «социокультурные автономии», живя, работая и занимаясь предпринимательством в добровольных этнорелигиозных «гетто» и осуществляя торговые и бюрократические контакты с автохтонной средой и властью через специально выделенных для этих целей посредников. Однако социальное большинство – автохтонное и эмигрантское – подвергалось взаимной, если так уместно выразиться, «этической ассимиляции».

Яркий пример – почти полное «вымывание» в первой трети XX в. той накаленной протестантской этики, которую сохраняли в предыдущие столетия общины британских, германских, а отчасти и французских ранних переселенцев в Америку. Американский социолог А. Вулф в связи с этим признает: «Протестантская этика, делающая упор на бережливость, честность, напряженную работу, жертвенность и взаимопомощь членов сообщества, становится все менее и менее распространенной в стране, которая с каждым годом превращается во все менее и менее протестантскую по своей сути» (Вулф, 1993).

Второй фактор эпохи «первой глобализации» – обретение банками (и в целом финансовым капиталом) доминирующих позиций в экономических системах развитых рыночных экономик, а также транснационализация и международная экспансия финансового капитала. Этот процесс, подробно и содержательно описанный как либеральны-

ми, так и марксистскими исследователями (Гильфердинг, 1959), ставил производственное (промышленное, сельскохозяйственное, торговое) предпринимательство в достаточно глубокую неравноправную зависимость от транснационализирующихся и вступающих в олигопольные соглашения банков. Эти банки в растущей степени контролировали одновременно и компании реального сектора экономики, и ключевой фактор предпринимательства – кредит.

Перефразируя Шумпетера, можно сказать, что от банков решающим образом зависело, будет ли предприниматель *«мчаться к успеху, оседлав долги»* (Шумпетер, 1982), либо ему (в лучшем случае) придется *«топтаться на месте»*, или же (в худшем случае) готовиться к банкротству. Эта односторонняя зависимость не могла не трансформировать предпринимательскую этику финансистов, включая их стремление к созданию все более прибыльных для банков (и все более проблемно-рискованных для заемщиков) систем, инструментов и условий кредитования.

ВЕЛИКИЕ КРИЗИСЫ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ XX В.: ТРАНСФОРМАЦИИ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РИСКОВ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ДОМИНИРУЮЩЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЭТИКИ

Конечно же, одним из наиболее мощных трансформаторов предпринимательской этики во все времена были крупные экономические кризисы.

Подробно рассмотренные в литературе причины и ход конкретных кризисов выходят за рамки темы данной статьи. Тем не менее следует отметить, что каждый кризис приводил к подрыву как взаимного доверия между предпринимателями, так и, что еще важнее, доверия к государственным регуляторам. Тем,

которые в кризисных условиях либо не могли в полной мере контролировать исполнение писанных для «мирного» хозяйственного времени законодательных установлений, либо внезапно и кардинально меняли в ходе кризиса (для всего предпринимательского сообщества или его части) систему «внешних» норм ведения бизнеса.

Представляется, что это справедливо для всех крупных кризисов первой половины XX в. Так было в случаях разрывов между конъюнктурными ожиданиями масс предпринимателей и реальными хозяйственно-экономическими тенденциями (кризис 1900–1903 гг., Великая депрессия 1929–1939 гг.). Так было с непредсказуемыми для предпринимательского сообщества действиями государственных регуляторов (кризис 1907 г. – резкое повышение учетной ставки Банком Англии с целью привлечь мировые свободные капиталы; кризис 1914 г. – массированные продажи зарубежных ценных бумаг центральными банками развитых стран для финансирования «военной» экономики).

Так было и с достаточно глубокими «мобилизационными» национализациями частных активов в ходе кризисов Первой и Второй мировых войн и на этапах послевоенного восстановления хозяйства. Например, британские железные дороги в 1914 г. были национализированы, а спустя 7 лет возвращены прежним владельцам; во время Второй мировой войны они вновь стали государственными (Хусаинов, 2001).

Кризисные эксцессы, определявшие фундаментальную неустойчивость условий (и норм) хозяйственной деятельности, не могли не приводить в предпринимательской среде к переосмыслению системы рисков организации и ведения бизнеса, а также глубоким трансформациям деловой практики. В частности, исследователи кризисных периодов в экономиках обращают внимание на то, что в условиях кризиса значимая часть предпринимательского сообщества нередко обращается к субкриминальным и криминальным способам ведения бизнеса.

Широко известна, например, история борьбы ФБР с мафией в Чикаго в 1930-е гг., в годы Великой депрессии. В ходе расследований выяснялось, что город фактически управляется негласным союзом коррумпированных политиков, полицейских и деятелей криминального бизнеса преимущественно итальянского происхождения (Говард, 1995). Такие процессы, разумеется, не могут не иметь следствиями соответствующие трансформации предпринимательской этики.

Сопровождавший глобализацию рост экономической (торговой, финансовой, валютной, миграционной) связности мира, как правило, усиливал и обострял кризисные эксцессы. А на предъявленную предпринимательскому сообществу необходимость учитывать в своей стратегии выгоды, риски и издержки глобализации наложилось еще одно важное обстоятельство. Формировавшаяся в течение Нового времени научная картина экономического мира в первой половине XX в. проникает в законотворческую практику, а далее, через систему массового образования и художественную литературу, – в массовые социальные нормативы и широкие круги предпринимательского сообщества.

Для нашей темы в связи с этим процессом важно, в первую очередь, активное и широкое распространение модели мейнстрим «человека экономического», а также мотивационной модели «эффективного предпринимателя».

В этой модели мейнстрим успешный предприниматель представал деятелем, обладающим «протестантским» активизмом, доведенным до максимальной поисковой рискованной решительности по Шумпетеру (Шумпетер, 1982), но полностью свободным от любой (в том числе протестантской) этики, от какого-либо «нравственного закона внутри». В США этот тип предпринимателя был ярко описан, например, в романах Т. Драйзера «Финансист», «Титан» и «Стойк» (Драйзер, 1959).

Отметим, что на тенденцию «внеэтичного перерождения» буржуазного предпринимательского активизма указывали еще

классики марксизма полтора века назад. Вот, например, как оценивает буржуазию с этической точки зрения Манифест коммунистической партии: «В ледяной воде эгоистического расчета потопила она священный трепет религиозного экстаза, рыцарского энтузиазма, мещанской сентиментальности. Она превратила личное достоинство человека в меновую стоимость и поставила на место бесчисленных пожалованных свобод одну бессовестную свободу торговли» (Маркс, Энгельс, 1955).

Читатель может возразить, что коммунисты Маркс и Энгельс в вопросе предпринимательской этики не способны быть объективными авторитетами.

В связи с этим приведем оценку современника Маркса (и отнюдь не коммуниста) Герберта Спенсера. Спенсер, подробно рассматривая различные формы мошенничества в среде тогдашнего британского (по преимуществу именно протестантского) торгового и фабричного предпринимательства, заключает: «Высший класс нашего коммерческого мира обнаруживает в своей деятельности все виды незаконных действий, за исключением только прямого воровства» (Спенсер, 1998).

А вот что говорит о «внеморальном» плюрализме уже современного буржуазного предпринимательства крайне далекий от марксизма американский экономист Лестер Туроу: оно «...удовлетворяет извращенные саморазрушительные потребности так же успешно, как и потребности альтруистические и гуманные... желание стать преступником столь же законно, как и желание стать священником» (Туроу, 1999).

И это не одно из частных мнений. Об этом, как новой норме, говорят и пишут начиная с середины XX в. крупнейшие социально-экономические теоретики Запада (М. Фридмен, Ф. Хайек, К. Хоманн и др.). Они подчеркивают, что «правильная» предпринимательская этика целиком и полностью концентрируется во «внешнем» законе, в соблюдении юридической нормативности. «Внутренний» же закон предпринимательского активизма всецело определяется стрем-

лением предпринимателя добиться максимальной прибыльности бизнеса и реализации потенциала экспансии на рынках.

Так, К. Хоманн и Ф. Бломе-Дрез считают, что этическая сфера предпринимательства целиком и полностью относится к сфере формализованных и соблюдаемых актором рынка «внешних» норм по отношению к собственно бизнесу и что *«системным местом морали в рыночной экономике является рамочный порядок»* (Хоманн, Бломе-Дрез, 1992). Аналогичная позиция – у М. Фридмена (Фридмен, 1994) и Ф. Хайека (Хайек, 2001). В то же время Дж. Сорос, неявно адресуясь к Адаму Смиту и Макс Веберу, высказывает противоположную точку зрения. Он пишет: «Рыночные ценности не способны заменить собою дух гражданственности, или, прибегнем к старомодному обороту, гражданских добродетелей» (Сорос, 2001, с. 209).

ВЫВОДЫ

Представляется несомненным, что нормативно-этический посыл Хайека, Фридмена и Хоманна кардинально отличается от той предпринимательской этики, которую оправдывал Адам Смит и описывал Макс Вебер. Представляется также, что в этом (уже почти постулированном в нынешнем «теоретическом мейнстриме» как научная и социальная норма) разрыве между «внешним» и «внутренним» моральным законом кроется одно из фундаментальных внутренних противоречий (и содержится одна из фундаментальных проблем) сложившегося к середине XX в. «развитого капитализма».

«Ядро» проблемы, на наш взгляд, заключается в том, что ослабленное (а иногда отчасти «купленное» в указанном выше смысле) государство не в силах полноценно гарантировать справедливую «внешнюю» систему норм, но одновременно «внутренняя» норма массового предпринимателя (менед-

жмента фирмы) все чаще вообще исключает из рассмотрения понятие «справедливость» в отношении других агентов экономического взаимодействия.

Сочетание этих двух обстоятельств, во-первых, приводит к тому, что нарастают масштабы и «привычность» проявления в хозяйственной деятельности самого разного уровня негативных экстерналий: от сомнительных кредитно-финансовых операций, погружающих фирмы и даже целые страны в ситуации «долговых ловушек», до разного рода открытых и неявных «торговых войн»; от демпинговых кампаний вытеснения конкурентов с рынков до воинственно-антиэкологических методов ведения бизнеса.

Во-вторых, указанный разрыв между «внешней» и «внутренней» системами норм при ослаблении или даже элиминировании у предпринимательского большинства и общества в целом «морального закона внутри» приводит к тому, что из системы экономических отношений неизбежно уходит фактор взаимного доверия – и между предпринимателями/фирмами, и между предпринимателями и государством. А это доверие – очевидное и важнейшее условие долгосрочного прогнозирования и планирования любой хозяйственной деятельности.

Именно таким образом разрыв между поставленными под сомнение «внутренней» и «внешней» системами норм этического ведения бизнеса на наших глазах становится одним из важнейших «факторов риска» современной глобальной рыночной экономики и одним из главных препятствий устойчивому, эффективному и «человекообразному» экономическому развитию.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В дальнейшем исследовании мы предполагаем рассмотреть специфику описанной тенденции углубления разрыва между

«внешней» и «внутренней» этикой предпринимательства на современном этапе развития рыночной экономики и выявить главные «болевые точки» нынешних трансформаций этой тенденции. А затем мы планируем определить особенности и риски автохтонного произрастания этой тенденции на российской социально-культурной почве, а также «импорта» этой тенденции в Россию из внешнего рыночного мира и ее российских модификаций.

Представляется, что понять эти российские особенности и риски очень важно, поскольку Россия, как справедливо отмечает Ю.Е. Благов (Благов, 2002), в терминологии Шепарда пока в основном находится на стадии «аморального бизнеса» и очень медленно сдвигается в направлении стадии «морально-го единства II».

ЛИТЕРАТУРА

- Аристотель*. Политика. Афинская полиция. М., 1997. С. 46–49.
- Арриги Дж.* Долгий двадцатый век. Деньги, власть и истоки нашего времени. М.: Территория будущего, 2006.
- Бакистановский В.И., Согомонов Ю.В.* Предпринимательская этика // Новая философская энциклопедия: В 4 т. / Под ред. В.С. Стёпина. М.: Мысль, 2001.
- Бартнев С.А.* История экономических учений. М.: Юрист, 2000. С. 30–35.
- Благов Ю.Е.* Особенности использования интегральной теории общественного договора при анализе этики российского бизнеса // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2002. Сер. 8. Вып. 1. № 8. С. 39–53.
- Большой экономический словарь* / Под ред. А.Н. Азриляна. М.: Институт новой экономики, 2004.
- Брагина Л.М.* Социально-этические взгляды итальянских гуманистов (вторая половина XV в.). М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1983.
- Бродель Ф.* Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв.: В 3 т. Т. 1: Структуры повседневности: возможное и невозможное. М.: Прогресс, 1986.
- Вебер М.* Протестантская этика и дух капитализма // Избр. произв. М.: Прогресс, 1990.
- Вебер М.* Хозяйственная этика мировых религий // Избранное. Образ общества. М.: Юрист, 1994а. С. 43–78.
- Вебер М.* Социология религии. (Типы религиозных сообществ) // Избранное. Образ общества. М.: Юрист, 1994б.
- Вулф А.* Изменения сверху донизу // Социологические исследования. 1993. № 3. С. 99–106.
- Гильфердинг Р.* Финансовый капитал. М.: Политиздат, 1959.
- Гоббс Т.* Избранные произведения: В 2 т. Т. 1. М.: Мысль, 1964.
- Говард Б.* Страна крестных отцов. ФБР против мафии. М.: Вагриус, 1995.
- Гордиенко А.Б.* Представления о труде в этических концепциях религиозных мыслителей Средневековья и деятелей итальянского гуманизма XIV в. // Научные ведомости БелГУ. Сер. История. Политология. Экономика. Информатика. 2010. № 13.
- Гофман А.Б.* Семь лекций по истории социологии: Учеб. пособие для вузов. Лекция 5. 5-е изд. М.: Университет, 2001.
- Григорьева И.А.* Исторические предпосылки и особенности развития «немецкой модели социальной политики» // Социальное рыночное хозяйство: концепция, практический опыт и перспективы применения в России. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. С. 204–217.
- Гусейнов А.А.* Мораль / Общественное сознание и его формы. М.: Политиздат, 1986. С. 168–169.
- Драйзер Т.* Финансист. Титан. Стоик. Киев: Художественная литература, 1959.
- Зомбарт В.* Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. М.: Наука, 1994.
- Иванов В.Г.* История этики Средних веков. СПб.: Лань, 2002.
- Кант И.* Лекции по этике. М.: Республика, 2000.
- Киплинг Р.* «Несите бремя белых, и лучших сыновей...»: Рассказы. Стихотворения: Пер. с англ. Л.: Художественная литература, 1989.

- Маркс К. Критика Готской программы // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 19. М.: Политиздат, 1961. С. 9–32.
- Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 4. М.: Политиздат, 1955. С. 426.
- Оссовская М. Рыцарь и буржуа: Исследование по истории морали. М.: Прогресс, 1987.
- Пайпс Р. Русская революция: В 3 кн. Кн. 3. Гл. 5: Россия под большевиками. 1918–1924. М.: Захаров, 2005.
- Парсонс Т. Мотивация экономической деятельности // О структуре социального действия. М.: Академический проект, 2000.
- Смит А. Теория нравственных чувств. М.: Республика, 1997.
- Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007.
- Сорос Дж. Открытое общество. Реформируя глобальный капитализм. М.: Некоммерческий фонд Поддержки культуры, образования и новых информационных технологий, 2001.
- Спенсер Г. Торговая нравственность // Опыты научные, политические и философские: В 3 т.: Пер. с англ. / Под ред. Н.А. Рубакина. Минск: Современный литератор, 1998. Т. 3. С. 1038–1074.
- Трёльч Э. Метафизический и религиозный дух немецкой культуры // Культурология. XX век: Антология. М.: Юрист, 1995.
- Туроу Л. Будущее капитализма. Как экономика сегодняшнего дня формирует мир завтрашний // Антология «Новая постиндустриальная волна на Западе» / Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 201.
- Уильямсон О. Экономические институты капитализма. Рынки, фирмы, «отношенческая» контрактация. СПб.: Лениздат, 1996.
- Устрялов Н.В. Итальянский фашизм. Харбин, 1928.
- Устрялов Н.В. Германский национал-социализм. Харбин, 1933. URL: http://krotov.info/libr_min/20_u/st/ryalov_02.htm.
- Фридмен М. Методология позитивной экономической науки // THESIS. 1994. Вып. 4.
- Фролов Э.Д. Политические тенденции трактата Ксенофонта «О доходах» / Проблемы социально-экономической истории древнего мира. М.-Л., 1963. С. 204–221.
- Фромм Э. Иметь или быть. М.: АСТ, 2000. С. 15–16.
- Фроянов И.Я. Древняя Русь IX–XIII веков. Народные движения. Княжеская и вечевая власть. М.: Русский издательский центр, 2012. С. 181–215.
- Хайек Ф. Индивидуализм и экономический порядок. М.: Изограф, Начала-Фонд, 2001.
- Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты: Манифест современной институциональной экономической теории: Пер. с англ. М.: Дело, 2003.
- Хоманн К., Бломе-Дрез Ф. Экономическая этика и этика предпринимательства / К. Homann, F. Blome-Drees. Wirtschafts und Unternehmensethik. Изд: Vandenhoeck & Ruprecht in Göttingen und Zurich, 1992, перевод С. Курбаковой и К. Костюка. URL: http://krotov.info/lib_sec/22_h/hom/an0.htm.
- Хусаинов Ф.И. Проблемы российских железных дорог через призму британского опыта // Бюллетень транспортной информации. 2011. № 10 (196). С. 9.
- Шекспир У. Венецианский купец. М.: АСТ, 2001.
- Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. Гл. 8: Монополистическая практика. М.: Экономика, 1995.
- Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.
- Энгельс Ф. Анти-Дюринг // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 20. М.: Политиздат, 1961. С. 289.
- Arrunada B. Protestants and Catholics: Similar Work Ethic, Different Social Ethic // The Economic Journal. 2010. № 120 (547). P. 890–918.
- Donaldson T., Dunfee T. Ties That Bind: A Social Contracts Approach to Business Ethics. Boston, 1999.
- Shepard J.M., Shepard J., Wimbush J.C., Stephens C.U. The Place of Ethics in Business: Shifting Paradigms? // Business Ethics Quarterly. 1995. Vol. 5. Issue 3.

Рукопись поступила в редакцию 26.01.2014 г.