

*На правах рукописи*

**Тузов Дмитрий Валерьевич**

**Парадоксальность существования моральных аспектов  
рыночной экономики в современном постиндустриальном  
обществе**

**Специальность 09.00.01 – онтология и теория познания**

**Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата философских наук**

**Тюмень – 2010**

Работа выполнена на кафедре философии Тюменской государственной академии культуры и искусств.

**Научный руководитель:** Доктор философских наук, профессор  
**Селиванов Фёдор Андреевич**

**Официальные  
оппоненты:** Доктор философских наук, профессор  
**Губанов Николай Иванович**  
Кандидат философских наук, доцент  
**Лёвкин Вадим Евгеньевич**

**Ведущая организация:** Тюменский юридический институт  
**МВД РФ**

Защита состоится " \_\_\_\_ " апреля 2010 года в \_\_\_\_ часов на заседании диссертационного совета Д 212.274.02 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата философских наук в Тюменском государственном университете (625003, г. Тюмень, ул. Перекопская, 15-а, ауд. \_\_\_\_).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Тюменского государственного университета.

Автореферат разослан " \_\_\_\_ " марта 2010 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
к. филос. н., доцент

А.И. Павловский

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Актуальность диссертационного исследования обусловлена тем, что моральная антиномичность, присущая бытию экономических отношений, порождает противоречивые оценки феномена рынка. Как только рынок становится неэффективным в периоды экономических спадов, политических преобразований общества, войн, ресурсного "голода" и других социальных потрясений, немедленно обостряется дискуссия, касающаяся моральных аспектов рыночных отношений. В философии предпринимались попытки сделать экономику основой исторического прогресса, поэтому неудивительно, что отношениям вокруг товарообмена приписывается способность существенно видоизменять все общественные отношения и нести моральную ответственность за любое социальное неблагополучие. Новую окраску дискурс приобрел в контексте глобализации – процессе стирания национальных границ, свободного движения капиталов, единого информационного пространства. При этом конкуренция происходит не только между соотечественниками, но и с представителями из стран с передовым опытом в различных отраслях, следовательно, в рыночные отношения, вольно или невольно, в качестве потребителей или активных участников, оказывается втянуто огромное количество людей, представителей разных культур, отличающихся как ценностными приоритетами, так и уровнем материального благополучия. Соответственно, проблема диссертационного исследования заключается в отсутствии единого основания для оценок, возникающих при сопоставлении рыночной системы с системой моральных установок общества (прежде всего, западного, поскольку именно Запад обладает наиболее развитой экономикой и последовательно осуществляет экономическую и культурную экспансию во всем мире). Необходимо вычленить материальный, духовный и идеальный аспекты такого социального явления, как рыночная экономика, чтобы разделить традиционные и принципиально новые требования обществен-

ной морали к этике бизнеса, разделить декларируемые и реально существующие моральные ограничители в сфере предпринимательства. Сегодня наиболее распространены две точки зрения: с одной стороны, рыночные отношения оцениваются в рамках постмодернистской концепции – якобы рынок, как и любое общественное явление, не поддается полноценному, всеохватному пониманию, и тем более не подлежит моральной оценке. С другой – полурелигиозного догматизма: рынок является злом, поскольку базируется на рассудочности, элиминирует из человеческих отношений всякую гуманность и имеет единственную цель – обогащение любой ценой.

Необходимо выяснить, насколько стихийным, непредсказуемым являются рыночные процессы и, соответственно, какова моральная ответственность тех, кто пользуется данным положением вещей. Также нуждается в анализе с позиции морали и угроза потери культурной идентичности: экономика является одной из сторон культурной жизни общества, и непонятно, в чем заключена "потеря", если экономика при этом процветает.

**Степень разработанности проблемы.** Данная тема получила широкое освещение, начиная с 70-х гг. XX века, хотя оценки торговли, ростовщичества, банковской деятельности, конечно, давались и раньше. Дошедшие до нас исторические очерки свидетельствуют, что расширению экономических связей непременно сопутствовали противоположные тенденции: погоня за прибылью, стремление поддержать репутацию, желание обогатиться за счет обмана и пр., соответственно, в общественном сознании формировались стереотипы "хорошего" и "плохого" предпринимателя.

Целенаправленные наблюдения начались в средневековье. Августин, Фома Аквинский заговорили о "справедливой цене" и не богоугодности торговцев. Эпоха Реформации в лице Ж. Кальвина являет собой важнейший период в хронологии исследования этики в рыночных отношениях.

Настоящим прорывом стали труды Дж. Локка, Д. Юма и особенно А. Смита, сделавшего акцент на универсальности такого понятия как "личный интерес". Их работы оказали влияние на И. Канта, который подчеркивал самостоятельность нравственных принципов: следование принципам общественной морали не должно выводиться из опыта, учитывать обстоятельства и естественную человеческую симпатию или антипатию. Ригоризм этики Канта сочетался с ее универсальностью: предпринимательская деятельность ничем не отличается от любой другой общественной деятельности, следовательно, долг повелевает и в этом случае никогда не относиться к человеку как к "средству".

Ф. Бэкон и Т. Гоббс пытались обосновать естественность и логическую закономерность человеческого эгоизма, а значит, и законность стремления к материальным благам и предпринимательской деятельности, ограниченного разумной умеренностью. Ими же была оправдана ценность человеческой индивидуальности, поскольку оба исходили из представления о рациональной природе человека, способного постигать объективные законы природы и развития социума, следовательно, самодостаточного. Также философы предлагали свою классификацию эффективного и неэффективного обогащения, основы этики бизнеса.

По Гегелю свобода человека, и, стало быть, его деятельность должна подчиниться государству, закону, поскольку либерализм может обернуться субъективизмом. Напротив, концепция этического интуитивизма Дж. Мура намекнула на субъективность нравственного выбора.

Двадцатый век подарил миру таких выдающихся мыслителей, как Дж. М. Кейнс, Ф. Хайек, М. Вебер, М. Блауг, Дж. К. Гэлбрейт, исследовавших природу экономических отношений, анализировавших категории "справедливости", "конкуренции", уделявших внимание психологии человека, стремящегося к обогащению, возможности государственного регулирования "свободного" рынка с целью сделать его более гуманным. Отли-

чаются оригинальным мышлением и малоизвестные в России авторы: Г. Эктон, К. Поланьи, Р. Нозик, Р. Уолзер, Дж. Роулз, пытавшиеся предложить модели идеального предпринимательства, рассматривавшие рынок в качестве сложной системы, которую можно привести в состояние абсолютного равновесия.

Анализ рыночных отношений с позиции моральных приоритетов присутствует и в работах М. Кейнса, К. Маркса, Дж. Гэлбрейта.

Чтобы обосновать фокусирование внимания на западной экономической системе, оказалось необходимым использовать культурологические работы С. Хантингтона, О. Шпенглера, позволяющих подойти к феномену ценностей западной культуры. Противоречивые аспекты современной западной морали освещали Э. Тоффлер, Х. Ортега-и-Гассет, П. Дж. Бьюкенен, Э. Фромм. Стратификации западного общества (и соответственно, неоднородности его морали) уделяли внимание как классики философской мысли, начиная с Т. Гоббса и К. Маркса, так и наши современники – Э. Тоффлер, М. Оссовская, С.Г. Кара-Мурза.

Процессам глобализации и распространению универсальной потребительской культуры посвящали исследования Ф. Фукуяма, А. Никонов.

Российская этика в лице В. Иванова, Ф. Селиванова, А. Гусейнова, В. Фетисова, Р. Апресяна, А. Скрипника, В. Шохина, В. Назарова, Е. Дубко, В. Лобовикова, Е. Мелешко, О. Соина внесла свой вклад в анализ базовых этических программ, подходов к обоснованию природы морали, прикладной этики.

Учитывая, что России как суверенному государству с рыночной экономикой не исполнилось еще и двадцати лет, многие российские исследователи в области взаимодействия морали и рынка, ранее опиравшиеся исключительно на политизированную (но стройную) марксистско-ленинскую этику, не имеющие возможности выехать из страны или читать труды коллег из стран Западной Европы и США, отличаются "кабинетным" анали-

зом. Однако заслуживают внимания работы В. Бакштановского и Ю. Со-  
гомонова, которые первыми в России приступили к изучению данной про-  
блемы.

**Объект исследования:** современные рыночные отношения.

**Предметом исследования** являются моральные приоритеты в ры-  
ночных отношениях.

**Целью** диссертации является анализ рыночных отношений как эле-  
мента общественных отношений с позиций современной западной морали.  
Данная цель предполагает решение следующих **задач**:

1. Выявить основные моральные категории, используемые при рас-  
смотрении рыночных отношений;
2. Определить место морали в рыночных отношениях, степень гиб-  
кости капиталистической экономики в условиях изменения моральных за-  
просов общества;
3. Найти основную причину эволюции деловой этики;
4. Установить, как функционирует рыночная экономика в нехарак-  
терных для нее сферах, вытесняет ли она традиционные моральные макси-  
мы из общественных отношений, подменяя их рациональным расчетом и  
стремлением к выгоде;
5. Рассмотреть последствия и возможные пути преодоления мораль-  
ного минимализма в рыночных отношениях;
6. Оценить, насколько органичен спрос на блага, предоставляемые  
рынком, действительно ли он удовлетворяется, и являются ли предметы  
спроса подлинной общественной ценностью;
7. Проанализировать, как влияет на моральную оценку своей дея-  
тельности смена юридического статуса организации, включенность в ры-  
ночную экономику предприятий госсектора;
8. Рассмотреть взаимосвязь бедности и социальной изоляции;

9. Согласовать понятие "социальной справедливости" с принципом конкуренции;

10. Соотнести идеал "морально ответственного потребителя" с тенденциями развития современной западной экономической системы.

#### **Методологическая и теоретическая основа исследования:**

1. Историко-сравнительный, позволяющий проследить формирование взглядов на занятие предпринимательской деятельностью, преемственность представлений о допустимых и недопустимых методах ведения дел, наследование в светском варианте сначала католической, а затем протестантской этики, эволюцию взглядов на современное западное общество в целом, его задач и миссий в мировом сообществе.

2. Герменевтический, обусловленный необходимостью реконструкции смыслов понятия "социальная справедливость", "бедность", "свобода", "благо" из контекста различных философско-экономических трудов.

3. Феноменологический, позволяющий нам оперировать явлениями чистого сознания – ценностями, смыслами, значениями.

4. Прагматический, предоставляющий возможность говорить о ценности как об идеальном объекте, закрепляющем в общественном представлении безусловную полезность для общества того или иного предмета.

5. Функциональный, дающий нам право рассматривать любое культурное явление (например, накопление избыточных материальных благ) как имеющее смысл и выполняющее определенную функцию.

#### **Научная новизна исследования**

- Обоснована бесперспективность отрицания моральной оценки рыночных отношений, постоянно совершающейся в социуме, в противовес постмодернизму, который налагает запрет на оценки качества поступков.

- Рассмотрен процесс принятия индивидуальных и корпоративных экономических решений в диалектике личного и общественного.
- Доказано, что доктрина "свободного рынка", провозглашающая автономность индивида, агностицизм, хаотичность рыночных процессов, не является всесторонней: индивид может спрогнозировать последствия своих решений, иначе рыночных отношений и появляющихся в результате крупных собственников не было бы вовсе.
- Исследованы взаимосвязанные феномены качества жизни, бедности и социальной справедливости. Показано, что:
  - a) Качество жизни понимается обществом двояко – в экзистенциальном смысле, то есть как переживание подлинности своего бытия, и в зависимости от социального статуса, который на Западе тесно связан с уровнем благосостояния. Рост потребления товаров и услуг как способ улучшения качества жизни практически полностью обеспечивается рынком, когда он достаточно развит.
  - b) Бедность является не столько недостатком денежных средств, сколько отсутствием свободы выбора, невозможностью участия в общественной жизни. В то же время это только один из вариантов социальной изоляции, имеющий вполне рациональный алгоритм выхода из тупика, стимулирующий социальную активность.
  - c) Социальная справедливость в виде обеспечения права на жизнь в современных рыночных отношениях достигается лишь политическими методами. Принцип совершенной конкуренции, исключающий недовольство в рамках доктрины "свободного рынка", как правило, нереализуем.

- Исследовано значение моральной ответственности потребителей и продавцов в структуре общественных отношений: на настоящий момент можно констатировать, что моральный минимализм бизнеса непреодолим, поскольку тенденция ответственного потребления не имеет массовой поддержки.

### **Основные положения, выносимые на защиту.**

1. Рынок производит только те материальные и духовные объекты, которые востребованы обществом либо значительной и платежеспособной его частью; таким образом, достаточно большой спрос безусловно свидетельствует, что продукт морально приемлем. Неоднозначное отношение к некоторым товарам показывает лишь то, что современная западная мораль не представляет собой непротиворечивой системы догм и принципов, мораль тяготеет к релятивизму.

2. Фундаментом рыночных отношений является личный интерес, выраженный в экономической выгоде, их главным моральным "оправданием" – предоставление социуму общественно-полезных благ, что зачастую приводит к моральному минимализму.

3. Выгодоприобретательство считается аморальным лишь при отсутствии свободы воли покупателя: если продавец является олигополистом (один из группы предпринимателей, контролирующим рынок), а то и монополистом, он фактически принуждает покупателей приобретать его продукцию, манипулируя ценами. Общественный интерес в рыночных отношениях достигается в процессе свободного обмена товарами и услугами и при верховенстве законов, регулирующих эти отношения. Однако придать моральным нормам (в частности, запрещающим единоличное обогащение за счет эксклюзивного обладания каким-либо ресурсом) юридическую силу не представляется возможным.

4. Рыночные отношения постоянно эволюционируют, приспособляются не только к спросу на отдельные виды продукции, но и к возрос-

шей требовательности потребителя. Более того, рынок соответствует и "размытым" ожиданиям общества, отражая представления о размере "достойной" оплаты и условиях труда, качестве жизни, допустимой и недопустимой эксплуатации ресурсов. Это не означает, что предпринимательство добровольно увеличивает долю ответственности за последствия своей деятельности. Причина заключается в том, что капитализм на Западе является сложной и имеющей длинную историю развития экономической системой, выработавшей определенные "правила игры" по отношению к потребителю, СМИ, власти. Рыночная экономика гибка, нацелена на постоянный поиск оптимального соотношения общественного и индивидуального интереса, богатства и бедности, активного участия в общественной жизни и пассивного потребления, конкуренции частных лиц и патернализма властей.

5. Рынок неявно формирует идеал современного человека, делая акцент, прежде всего, на его деловых качествах и способности к коммуникации. Соответственно, складывается и идеал общества – процветающего, дающего индивиду безграничные возможности, изобильного, рационально устроенного.

**Практическая значимость исследования** заключается в том, что результаты, полученные в ходе работы, могут быть использованы для преподавания экономической теории и гражданского права с философским акцентом, что позволит понять не только суть дисциплин, но и мироустройство.

**Апробация работы.** Результаты данного диссертационного исследования обсуждались на заседании кафедры культурологии Тюменской государственной академии культуры и искусств. Основные положения и выводы диссертационного исследования были изложены автором на секциях Всероссийского симпозиума "Этика, мораль, нравственность: Россия и современный мир" (октябрь 2006 г., Тюмень).

Вышли научные публикации в сборниках кафедры гуманитарных дисциплин Тюменского государственного института искусств и культуры, Вестнике Финансовой академии при Правительстве РФ.

**Структура и объем диссертации.** Диссертация, изложенная на 190 страницах, состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы, состоящего из 146 наименований.

### **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **введении** обосновывается выбор и актуальность темы исследования; анализируется степень ее разработанности, определяется объект и предмет, ставятся цель и задачи диссертации; перечисляются основные методы; описывается новизна исследования, практическая значимость работы и ее апробация; формулируются основные положения, выносимые на защиту.

В **главе 1 "Историческая обусловленность этических оценок бизнеса"** рассматривается возможность объективной моральной оценки предпринимательской деятельности, оправдывается выбор в качестве образца современной западной морали.

Глава состоит из трех параграфов.

В **параграфе первом "Категории морали и экономические отношения"** автор анализирует основные моральные приоритеты западной культуры, доказывает связь индивидуальной (в том числе предпринимательской) деятельности с представлением об успешности и процветании общества, обосновывает выбор западной экономической модели в качестве наиболее привлекательного образца для других обществ.

Мораль современного западного общества весьма эклектична и противоречива: ее гуманизм, уже не имеющий религиозного основания, базируется на "естественном" (возможно, имеющем биологические корни) милосердии и сострадании к человеку как таковому, и это поддерживается присущим западному менталитету стремлением к мировой, космополити-

ческой экспансии, но отчасти является и расчетом (гуманизм позволяет избежать социального взрыва, то есть способствует "миру" в гоббсовском понимании), а ее основополагающие ценности свободы, индивидуализма, общественного признания задают программу максимальной эффективности в сфере экономики, что само по себе отодвигает гуманизм на задний план. Соответственно, варьируется категория "справедливости": с одной стороны, это всего лишь соблюдение договора, так понимал ее Гоббс (и в сфере, не охваченной договором, царит произвол, нет никаких требований общественной морали), с другой – восстановление изначального статуса свободного человека, обладающего хотя бы минимумом возможностей для обеспеченной жизни, для тех людей, которые изначально лишены этого достойного "старта" в силу независящих от них обстоятельств. Наконец, понятие "блага" тоже не имеет четкой дефиниции: то ли благом является то, что служит "личному интересу" (причем здесь необходимо просчитывать самые отдаленные последствия для индивида, конечный суммарный результат), увеличивая его власть, капитал, физическое процветание, то ли это некий культурный символ, обеспечивающий общественное признание непосредственно "здесь и сейчас", что по какой-то психологической причине ценно само по себе. Представление об экономическом процветании в западном обществе теснейшим образом связано с представлением о человеческом достоинстве, интеллектуальном и духовном потенциале индивида и социума в целом.

**Во втором параграфе "Критерии оценки моральных детерминантов в экономических макропроцессах"** задается объективный критерий этической оценки предпринимательской деятельности.

В отличие от индивидуальной человеческой судьбы, в экономике намерения предпринимателей не могут приниматься в рассмотрение в силу их предвзятости. Капиталист, как и любой другой человек, может заблуждаться и заниматься самообманом, применять в морали "двойной стан-

дарт", не замечая этого. Стандартом моральной оценки, позволяющий рассматривать предпринимателей как определенную общественную прослойку, а капиталистические отношения – как исторически сложившийся феномен, может послужить способность капитализма реагировать на социальные последствия предпринимательской деятельности отдельных индивидов, то есть его гибкость и приспособляемость к моральным требованиям общества.

**В третьем параграфе "Эволюция деловой этики"** анализируется степень "косности" сложившихся экономических отношений.

Рассматривая современный капитализм на Западе, автор указывает на ту же двойственность, что присутствует в самой западной морали. Стремление к общественному признанию через добросовестный труд возрождает в светском варианте протестантскую этику, которая искусственно прививается западному бизнесу. При обучении бизнесменов всячески пропагандируется идея связи "этичного поведения" с прибыльным бизнесом, с успехом как таковым. Поскольку данный тезис недоказуем, так как деятельность бизнесмена вовсе не обязательно будет "прозрачна" для общества и вовсе не обязательно встретит организованный протест, мы имеем дело с верой, манипуляцией и статистикой: если убедить достаточное количество бизнесменов в том, что соблюдение этических норм выгодно для дела, можно ожидать, что так оно и будет. Стремление к естественной гуманности провоцирует появление инвестиционных фондов и программ с моральными установками (включающими в себя бойкотирование стран с антигуманным режимом правления и т. п.). Стремление к самореализации и личный интерес подталкивают к нахождению новых форм экономической деятельности, хитро обходящих запреты на монополию (например, сговор крупных компаний). Наконец, естественная для Запада индивидуальная активность выливается в активность гражданскую, обществом задействуются самые разные способы воздействия на бизнес, начиная от

вмешательства властей и суда и заканчивая прессингом СМИ, митингами и бойкотами, которые ограничивают произвол компаний, не создающих, по его мнению, общественные блага и ограничивающих свободы отдельных граждан. Все эти противоречивые процессы не убивают капиталистическую систему, но органически вырастают из нее; мы видим диалектику разных общественных устремлений, которые капитализмом более-менее успешно "снимаются" в синтезе личного интереса и гуманности.

**В главе 2 ""Коммерциализация" общественных отношений: вызов традиционной морали"** рассматривается устойчивое представление о "прорастании" бизнеса в несвойственные ему сферы, дегуманизации современного западного общества в условиях свободного рынка.

Глава состоит из пяти параграфов.

**В параграфе первом "Границы рыночных отношений"** анализируются три области общественных отношений, которые кажутся наименее подходящими для коммерциализации: здравоохранение, образование и институт семьи. Сопротивление общества рыночным отношениям в этих сферах будут показателем того, что рынок "паразитирует" на них и нуждается в принудительном ограничении.

Подавляющее большинство медицинских заведений работает в рамках следующей установки: все хотят быть здоровыми, безотносительно к цене этого здоровья. Поэтому государственное медицинское учреждение старается проводить регулярный мониторинг здоровья населения, при помощи бюрократических мер и пропаганды заставить людей соблюдать нормы гигиены, заблаговременно заботиться о своем физическом состоянии, оказывать доверие профессионалам-врачам. Коммерциализация медицины означает свертывание обязательных профилактических мер, которые субсидируются государством, удорожание услуг, обращение к мнению ("капризу") пациента, даже "произвол" частных клиник и компаний.

Однако такой взгляд на проблему явно односторонен. Конечно, оказание первой медицинской помощи, выведение человека из критической ситуации должно происходить без всякого контракта, как и предоставление минимума медицинских услуг и дешевых лекарств, поскольку понятие "право на жизнь" существует как в традиционном обществе, так и в современном, какая бы экономическая система им ни была избрана. Оказаться неплатежеспособным может в какой-то момент времени даже состоятельный человек, потенциал больного скрыт от глаз врача, поэтому некоммерческая медицинская помощь, хотя бы в качестве паллиатива, должна оказываться, что согласуется и с общественными представлениями о гуманности. Но полный запрет на коммерческую медицину и отсутствие конкуренции на этом поприще резко сужает возможности пациента. В государственном медицинском учреждении нередко в дефиците самое необходимое – дистиллированная вода, оборудование, отдельные палаты. Монополия на медицинскую помощь не позволяет удовлетворять не только эксцентрические запросы клиента, но зачастую и свои собственные внутренние инструкции. Под этим углом зрения обращение в частную клинику закономерно: пусть даже государственное медицинское учреждение обслуживает человеческое сообщество более систематично и грамотно, тем не менее, в отсутствие возможностей первой человек вполне может восполнить этот пробел за счет своих средств. Коммерческая медицина заняла свою "нишу" в полном соответствии с законами рынка.

Еще более уместна коммерциализация медицины в тех областях, которые затрагивают скорее здоровых людей, чем больных. Например, если это касается продажи человеческих органов для пересадки. Иррациональное предубеждение против таких операций будет со временем преодолено, как это уже имело место в других областях общественной жизни, связанных с риском для здоровья.

Потребность в обязательном образовании была искусственно культивирована в некоторых странах (включая СССР), в то время как на Западе такого процесса целенаправленно не происходило. В самом деле, самый понятный аргумент в пользу образования для рабочего – это получение специального образования, чтобы впоследствии использовать его утилитарно, то есть найти высокооплачиваемую работу. Минимальная грамотность необходима для успешной адаптации в сложном социуме, профессиональные навыки – для заработка, все остальное не может быть естественным образом сформированной целью большинства, ведь гуманитарное знание, научный тип мышления представляется избыточным, ненужной тратой времени и энергии. Кроме того, высокая образованность человека должна быть впоследствии востребована обществом, иначе она останется в большинстве случаев нереализованной потенцией. Следовательно, именно коммерческое образование является "нормальным" для общества, оно не требует идеологического подкрепления, внешне навязанной мотивации, не порождает проблем, связанных с несоответствием способности неординарно мыслить месту, которое человек вынужден занимать в общественной иерархии. Собственно, идеальной ситуации, когда учащиеся получают образование согласно своему таланту и желанию обучаться, не существует нигде, зато за счет коммерциализации государству проще создавать бюджетные места для одаренных, но малоимущих граждан.

Институт брака назван многими исследователями "отмирающим" прежде всего из-за нежелания современных семей заводить и воспитывать детей. Автор видит в этой тенденции проявление кризиса традиционных идеалов западного общества, причем не столько религиозных, сколько светских, связанных с осмыслением широкого поля собственных возможностей в относительно стабильном западном мире. Накопление богатств уже не имеет цели простого сытого выживания, оно обретает символическую форму. Общество не чувствует острой потребности в принятии в символическую

ную игру нового игрока, у него нет насущной необходимости что-нибудь качественно улучшить в следующем поколении. Кризис идеала нельзя списать на "эгоизм", порожденный рынком; если мир воспринимается как аналог рая на земле, это имеет гораздо более серьезные причины, нежели пресловутый (и вневременной) "личный интерес".

Между тем, рынок заинтересован в новых потребителях, точно так же, как государство заинтересовано в налогоплательщиках. Поэтому вполне возможно, что найдется какой-то стимул для воспроизводства народонаселения – или же, как это мрачно предрекают некоторые аналитики, Запад будет поглощен чуждой культурой эмигрантов, которые в ускоренном темпе пройдут тот же путь, что и Европа с Америкой (и в свою очередь столкнутся с проблемой снижения рождаемости). Представляется вероятным, что нынешний отказ от деторождения (кстати, отнюдь не полный) будет явлением столь же временным, как и подобные действия в "трудные времена".

Таким образом, "рыночного империализма" в западном обществе нет. Рыночные отношения не вытесняют полностью ни бесплатную (или дешевую) медицину, ни качественное образование, ориентированное на ценности более широкие, чем утилитарное применение, ни традиционную семью. Он только добавляет разнообразия в эти социальные институты, поддерживает релятивизм морали, что, в свою очередь, исторически оправданно. Если общество никогда раньше не жило в условиях массового благополучия, то и прецедента подобной жизни оно не имеет.

**В параграфе втором "Рыночные отношения и моральный минимализм"** раскрываются причины снижения моральных требований внутри коммерческих организаций.

В современном западном обществе бизнес-деятельность зачастую воспринимается предпринимателями дискретно, не как часть собственной "судьбы", изменяющая близкое, знакомое пространство жизнедеятельно-

сти, но как то, от чего можно впоследствии отказаться без значительного для себя ущерба. Это способствует утверждению морального минимализма в рыночной экономике, который ведет к следующим последствиям: нарушаются договорные обязательства в отношениях со служащими компаний, скрывается или дается неверная информация потребителям относительно предлагаемого товара (с большей осторожностью – на самом Западе, с меньшей – в странах третьего мира), происходит "равнение" на уровень самых безответственных компаний, что оправдывается требованиями конкурентоспособности. В итоге общественный интерес претерпевает ущерб сразу по двум направлениям: от прямых последствий обмана, когда потребитель получает не тот товар, который ему недобросовестно рекламировали, и от того, что ориентация на прибыль любой ценой не позволяет чувствовать себя защищенным. Моральный минимализм, характерный для становления капиталистического общества, не позволяет перейти к "спокойной", цивилизованной фазе своего развития, повышает уровень тревожности членов общества.

Единственной перспективой "облагораживания" рынка в целом, на взгляд автора, будет достигнутое со временем единообразие рыночных отношений в масштабах всего земного сообщества. Страны с "догоняющей экономикой" (страны второго мира), а потом и страны третьего мира воспроизведут модель западного общества; поляризация бедного и богатого населения останется внутри каждого культурного региона, в то время как противостояние на уровне государств сгладится. Повышение общего уровня благосостояния, с одной стороны, примиряет с имущественным разрывом между состоятельными и бедными слоями населения, а с другой стороны, приучает общественное мнение отстаивать свои интересы. Несомненно, это будет сопряжено с большими потерями, как ресурсов, так и культурной идентичности; возможно, мы столкнемся с явлением полностью "исчерпанных" регионов. Нельзя согласиться с экономистами-

либералами, которые настаивают на хаотичности и непредсказуемости (а потому и "неподсудности") рыночных отношений – без известной предсказуемости рынок просто не смог бы функционировать. Следовательно, некоторые негативные последствия морального минимализма просчитываются обществом и вызывают отпор. В первую очередь, рынок декларирует право собственности и выполнение договорных обязательств. Значит, распространение западных рыночных отношений будет способствовать и желанию отстаивать эти западные ценности именно в западной "версии". Вероятно, если уровень благосостояния не-западных элит будет примерно соответствовать западным, а общество в целом преодолет голод, будет обеспечено жильем и получит гарантии безопасности жизни, установка на "моральный минимализм" будет не столь актуальной, а ее последствия – менее плачевными.

**В параграфе третьем "Ценность и цена"** рассматривается соотношение общественных и индивидуальных ценностей с понятиями спроса и цены, которыми оперирует экономическая теория.

Использование рекламы и зарекомендовавших себя приемов практической психологии заставляет многих исследователей считать спрос на большинство товаров "неподлинным", навязанным потребителю извне. Значит, цена, которая назначается и платится за товар, еще ничего не говорит о ценности для субъекта приобретенной вещи, а рынок не способствует созданию благ. Однако такой подход лишает общества всякой свободы, описывает его предельно инфантильным, как будто оно не получает никакого "иммунитета" к манипуляции, продолжая из года в год с детской доверчивостью приобретать каждый новый товар, выброшенный на рынок. Так поступает не общество в целом, а отдельные субъекты, как правило, либо очень молодые, либо совершенно не способные к самоанализу, самопознанию. Напротив, через возникающий и формирующийся товаропроиз-

водителями устойчивый спрос рынок озвучивает и закрепляет новые ценности общества.

**В параграфе четвертом "Качество жизни в рамках рыночных отношений"** анализируются возможные подходы к оценке своего благосостояния и статуса в обществе с рыночной экономикой.

Автор доказывает, что качество жизни может повышаться не только за счет увеличения уровня доходов, его оценка – довольно сложный и многоаспектный феномен, зависящий от выбранной жизненной стратегии, ценностей, стремления к здоровой экономии, а значит, рынок не обязательно предполагает линейное развитие с постоянным наращиванием потребления. Пользующийся на Западе популярностью принцип альтернативной эффективности, например, позволяет снизить темпы расхода ресурсов, учесть экологическую заинтересованность общества. Чем больше людей вовлечено в процесс поиска оптимального потребления, тем вероятнее успех, что, как ни парадоксально, осуществимо в рамках рыночных отношений. Экономическая выгода начинает мощно содействовать выбранной цели, удовлетворять появившийся спрос.

В то же время принцип альтернативной эффективности исходит из представления о рациональной природе человека, он, собственно, является воплощением здравого смысла, игнорирует иррациональность жизненных целей индивида, экзистенциальное переживание краткости своей жизни. Рынок же олицетворяет бесконечную изменчивость, процесс без четко сформулированной предметной цели, рынок предлагает нам жить так, как хотим мы, и повышать качество своей жизни тем способом, который приемлем для нас.

**В параграфе пятом "Рыночные отношения как механизм "атомизации" общества"** дается оценка степени солидарности членов общества в условиях рыночной конкуренции.

В результате действия рыночных сил возникает не атомизация (то есть полная разобщенность) членов общества, а социальная стратификация, отражающая разрыв в доходах и имущественном положении, а также, зачастую, означающая разную ценностную базу представителей общества из "верхов" и "низов". Поляризация происходит по всем направлениям – географическому (разные районы города или страны), социальному (престижные, статусные места досуга или развлечения для "нищеты"), политическому. Вероятно, особенно сильно чуждость людей из разных имущественных групп переживается в силу того, что если рассматривать каждого индивида вне привычных символов власти и богатства, то никакой внешней разницы между богатым и малообеспеченным субъектом можно и не усмотреть. Известная манекенщица и обычная студентка могут быть красивыми по одним и тем же критериям (идеальная фигура, волосы, кожа), миллионер и рабочий – здоровыми и трудолюбивыми в одном и том же смысле, предприниматель и преподаватель, который обучал его в университете, - одинаково хорошо образованными. Поляризация, которая не подкреплена ни идеей Божественного Промысла, ни особенной, бросающейся в глаза, гениальностью, ни сословностью, ни даже широкой известностью, порождает недоумение или воспринимаются как "несправедливость". Следует, однако, помнить, что сама возможность такого сравнения есть продукт современного, насыщенного различными общественными благами, социума. В 19 веке домохозяйка или крестьянка, замученные рутинным трудом, не могли выглядеть, как аристократки, рабочий не мог быть так же здоров, как преуспевающий клерк, разве что ему небывало повезло с генами, а хорошее и разностороннее образование было прерогативой очень небольшого числа людей, было недешево и труднодоступно. Именно в силу стирания границ между разнообеспеченными людьми переход из одной имущественной группы в другую стал легким, так что непонимание, выраженное в вопросе "почему не я, а он?", касается, в основном, хорошего

шанса, который выпадает одним и не выпадает другим. Таким образом, классовый (и, следовательно, ценностный) антагонизм в современном западном обществе гораздо слабее, чем он был 100 – 200 лет назад.

Безусловно, отчужденность между разными группами в обществе существует; она существовала всегда и не была преодолена, когда многие блага удешевились и стали общедоступными. В то же время, для системы, основанной на коммерческом производстве и потреблении, не характерно замалчивание социального неравенства: напротив, оно подчеркивается, порождая не только зависть и тревогу, но и стремление к конкуренции и активному поиску способов изменения своего статуса в обществе.

**В главе 3 "Социальные последствия онтологического противоречия морали и бизнеса"** рассматриваются устойчивые негативные результаты действия рыночных механизмов.

Глава состоит из четырех параграфов.

**В параграфе первом "Моральные последствия приватизации"** на материале социологического исследования анализируется оценка перехода госсобственности в частные руки.

В целом, аргументы в пользу приватизации довольно прозрачны: частные компании в большинстве случаев работают качественнее государственных, монополия государства заменяется несколькими собственниками, вступающими в конкурентную борьбу, следовательно, у потребителя появляется свобода выбора. Однако такой эксперимент положительно оценивался только в том случае, если предоставляемые услуги не являлись жизненно необходимыми (водоснабжение, электричество, социальное обеспечение). К сожалению, даже "цивилизованная" приватизация на Западе во множестве случаев не удовлетворяет выдвинутых потребителем требований. Исследование показывает, что полноценным рыночным отношениям негде "развернуться", когда дело касается таких объектов, как, например, водоканал. Здесь невозможна ни подлинная конкуренция, ни маневрен-

ность бизнеса, ни рискованное новаторство. Следовательно, приватизация жизненно важных услуг нуждается в "противовесе" в виде нарочитых этических норм наподобие ЭОО (этики общественной организации).

**В параграфе втором "Социальная изоляция как следствие рыночных отношений"** анализируется степень участия бедных в управлении своей жизнью.

До настоящего времени на практике осуществлялись только две модели распределения доходов: капиталистическая создавала имущественное неравенство, а социалистическая – примерное равенство при низком общем уровне достатка. При этом капиталистическую систему упрекают за то, что имущественное неравенство лишает людей возможности жить полноценной общественной жизнью. Поставим мысленный эксперимент. Допустим, бедность полностью преодолена, и каждый субъект может участвовать в общественной жизни и отчасти управлять ею, обладает некоторой властью для достижения поставленных целей и включен в общественную иерархию (например, как подчиненный в какой-нибудь фирме). Предположим ещё, что всякая дискриминация по половому, расовому, возрастному, религиозному и подобным признакам тоже полностью изжита. Будет ли это означать, что социальная изоляция как массовый феномен общественной жизни исчезнет? Иными словами, будет ли любой "средний" представитель общества этим обществом индивидуально востребован? Возможно, все получится с точностью до наоборот: богатое общество будет нуждаться лишь в неординарных личностях, а необходимый уровень потребления станет обеспечиваться безликой "массой", индифферентной к жизни конкретного индивида. Конечно, это будет совершенно другая "изоляция", нежели полученная как результат обнищания, но уже без всякого универсального "рецепта" ее преодоления. Бедность, напротив, есть привычный при любом государственном строе социальный феномен, она является стимулом "ротации кадров", отправной точкой для рывка вверх по

социальной лестнице – и в то же время, зримой, понятной преградой, которую необходимо преодолеть ради получения больших свобод и благ.

**В параграфе третьем "Социальная справедливость против совершенной конкуренции"** рассматривается возможность достижения экономики равновесного состояния в условиях честной конкуренции.

Практика капиталистического хозяйствования заставляет отказаться от идеи равновесия рыночных процессов. Экономика может эффективно функционировать только в условиях жесткой конкурентной борьбой. Экономические результаты определяются куда более широким спектром параметров, нежели наличие "стартовых" возможностей или природных склонностей, даже если бы их можно было бы как-то уравнивать.

Морально уязвимая сторона неравновесных экономических процессов – наличие безработицы. Когда рассматривается эта проблема, в первую очередь делается акцент на вопросе, несет ли индивид ответственность за свою занятость. Предположим, что нет – и это происходит в связи с внешними факторами, на которые он повлиять не может. Следовательно, можно предположить, что ради улучшения ситуации необходимо вмешательство властей. В рыночной экономике власти должны действовать рыночными методами. Однако при невозможности организации работ по госзаказу и отсутствии спроса со стороны бизнеса власти не справляются с ситуацией: экономический спад закономерно ведет к уменьшению занятости, и искусственно компенсировать спрос, создав необходимое количество рабочих мест, нельзя. Государство, поддерживая стабильный уровень конкуренции, вынуждено было бы помогать слабому, хуже приспособленному к реалиям рынка, работнику или предпринимателю. Обеспечение "проигравшим" рабочих мест стало бы "несправедливостью" по отношению к тем, кто этой поддержки не имеет (тут даже перераспределение заработка путем введения прогрессивных налогов будет более приемлемо, чем государственное патронирование потенциальных конкурентов). Выход напрашивается

один: выплата пособия по безработице из соображений гуманности. Следовательно, в действительности равенство возможностей заключается лишь в официально установленном прожиточном минимуме, или пособии по безработице. Так, с одной стороны, обеспечивается закрепленное во всех основополагающих государственных документах право человека на жизнь, а с другой стороны, сохраняется конкурентный принцип рыночных отношений.

**В параграфе четвертом "Морально ответственный потребитель"** рассматривается новый общественный феномен – ответственное потребление, оценивается его влияние на экономические процессы.

При обсуждении вопроса морально ответственного потребления выделялись социалистические взгляды, озабоченность состоянием окружающей среды, а также ориентация на религиозные ценности. Максимы морально ответственного потребления просты: "надо просвещать других о том, как жить правильно", "мы должны сохранить планету", "надо быть справедливым и честным", "сделаем мир лучше" и т. п.

Морально ответственное потребление представляет собой критику капитализма с позиций гуманности и коллективной ответственности – однако она в сути своей реформистская: активисты в единичных случаях призывают к смене экономического строя. В большинстве ситуаций потребитель четко понимает пределы своих возможностей в "обуздании" капитализма. Попытки увязать понятия морально ответственного потребления и рыночного либерализма пока несостоятельны. Морально ответственных потребителей мало, и они не смогут изменить мир. Вероятно, данное явление – это поиск "золотой середины" между "правыми" и "левыми" взглядами, между личным и общественным интересом.

В заключении диссертации формулируются основные выводы и подводятся итоги исследования.

**Основные идеи диссертации отражены  
в следующих публикациях:**

**Публикация в реферируемом журнале, рекомендованном ВАК РФ:**

1. Тузов Д.В. Историческая обусловленность этических оценок бизнеса / Д.В. Тузов // Вестник Тюменского государственного университета. № 5. 2009. – 0,5 п. л.

**Статьи в других изданиях**

1. Тузов Д.В. Социально ответственное инвестирование: реальность или иллюзия? / Д.В. Тузов // Вестник Финансовой академии при Правительстве РФ. № 4. 2007. – 0,5 п. л.

2. Тузов Д.В. Добро и зло в рыночных отношениях / Д.В. Тузов // Материалы к Всероссийскому симпозиуму "Этика, мораль, нравственность: Россия и современный мир". – Тюмень, 2006. – 0,5 п. л.

3. Тузов Д.В. Мифы социально-ответственного инвестирования / Д.В. Тузов // Сборник кафедры гуманитарных дисциплин ТГИИК. – 2007. – 0,3 п. л.