

ПАЛАМАРЕНКО Евгений Викторович — аспирант кафедры внешних церковных связей и общественных наук Общецерковной аспирантуры и докторантуры им. святых равноапостольных Кирилла и Мефодия (115035, Россия, г. Москва, ул. Пятницкая, 4/2, стр. 1; palamarenko.2012@mail.ru)

ОБ УМЕСТНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОНЯТИЯ «ПРАВОСЛАВНЫЙ БИЗНЕС»

Аннотация. Идеи, придающие особую роль предпринимателям, исповедующим православие, в финансово-экономическом развитии государства, получают все большее отражение в научных исследованиях. В данном соотношении православия и бизнеса прослеживается явная аллюзия с принципами исламской финансовой системы, что не может вызывать поддержку со стороны Церкви. В статье предлагается аргументация критического отношения к православному предпринимательству, призывающая к опровержению целесообразности формирования концепции православного бизнеса, способной оказывать влияние на предпринимательство как общественный институт, и выведения на ее основании особого значения православия в жизни отдельных верующих предпринимателей.

Ключевые слова: православный бизнес, православие, предпринимательство, бизнес, церковь, нравственность

В статье О.М. Орлинской и С.А. Гахраманова «Православный бизнес: к вопросу о политической платформе и взаимоотношениях с государством», опубликованной в № 4 журнала «Власть» за 2017 г., предлагается анализ состояния православного предпринимательства на рубеже XX–XXI вв. По первом прочтении понятие «православный бизнес» вызывает аллюзию с получившими широкое распространение идеями исламского банкинга и исламских финансов. Призрачная нестяжательность проводников идей всеобщего распространения исламской финансовой системы заслуживает отдельного исследования. Здесь же хочется обратиться к вопросу об уместности формирования понятий «православный бизнес», «православный бандинг», «православные финансы».

В упомянутой статье в первую очередь настораживает то, что авторы лицемерно относятся предпринимателей или представителей той или иной бизнес-среды, имеющих какое-либо отношение к православной церкви, к предпринимательству как институту общества с голосом самой церкви. Все рассуждения авторов строятся на анализе высказываний отдельных публицистов или преуспевших предпринимателей, исповедующих православие, которые по не совсем обозначенной причине выступают в образе эталона православного бизнесмена. Не может не вызывать удивление следующее утверждение авторов: «нельзя не отметить также, что религиозный фактор до сих пор оказывает влияние не только на деловую этику, но также и на отношения между бизнесом и властью» [Орлинская, Гахраманов 2017: 123]. Здесь не совсем понятно, проводится сравнение с императорской Россией или имеет место апелляция к пагубному воздействию глобализации, сопряженной с секуляризацией общества.

Сопоставление предпринимателей, посещающих церковные богослужения и участвующих в таинствах церкви, публично заявляющих о своей принадлежности к православию, оказывающих финансовую поддержку, лоббирующих те или иные интересы церкви и пребывающих в хороших отношениях с представителями церковной иерархии, с голосом церкви — не совсем корректно уже ввиду того, что сама церковь на современном этапе воздерживается от широкого обсуждения идей православного бизнеса.

Что должен включать в себя православный бизнес: ежемесячное отчисление прибыли в виде пожертвования на церковь или достаточно ограничиться другими видами филантропии? Нужно ли поддерживать церковные проекты,

если да, то в какой мере, и где критерий добросовестной деятельности, когда звание «православный предприниматель» будет присваиваться и отзываться? Допустимы ли для православного бизнеса деятельность, связанная с продажей алкоголя и табака; медицинское обслуживание с оказанием услуг по искусственному прерыванию беременности или суррогатного материнства; организация досуга, сопряженная с отступлением от нравственных правил поведения, и т.д.?

Почему при выработке концепции православного бизнеса прибегают к анализу высказываний предпринимателей, которые должны восприниматься как идеал православного верующего, имеющего личный бизнес? Почему авторы не зывают к единственному законодателю для православных верующих – православной церкви в лице Священного синода, Архиерейского или Поместного соборов, а обращаются к анализу публицистики и заявлениям отдельных предпринимателей, как будто накопленные ими материальные блага придают значимости их словам как православных верующих?

В условиях рыночной экономики предполагается самое широкое распространение малого и среднего бизнеса, в связи с чем выделять отдельных предпринимателей как тех, кто имеет особое влияние на общественную жизнь, даже если они имеют многочисленные награды православной церкви, будет заметным преувеличением. В самой идее православного бизнеса не совсем понятны критерии отбора для наделения предпринимателя особым статусом «православного». От последнего требуется отказ от оппортунистического поведения с бизнес-партнерами или большая щедрость в деле оказания пожертвований церкви и социальным институтам?

Служение православной церкви должно проводиться в русле проводника нравственных ценностей по отношению ко всем слоям российского общества независимо от того, является ли православный верующий собственником бизнеса или находится на государственной службе, работает менеджером или занимает должность, требующую низкой квалификации. Недопустимо разграничивать представителей бизнес-среды и других верующих, т.к. они равны перед лицом церкви. Нравственные принципы, которые должны исповедоваться православным христианином, универсальны как для наиболее богатых, так и для самых бедных. В протинвом случае можно требовать появления исследований, призывающих сформировать концепцию православного менеджера, призванного добросовестно управлять персоналом и компанией; православного чиновника, чуждого коррупции и готового в любое время дня и ночи служить государству и народу. В данной области легко перейти грань, когда религия, одна из наиболее интимных сторон жизни человека, становится площадкой для злоупотреблений со стороны многочисленных публицистов, якобы стремящихся сформировать образ идеального православного бизнесмена или представителя другой профессии. Церковь призывает представителей всех профессий придерживаться морали и быть образцом благотворительности для собратьев и иноверцев независимо от того, каким благосостоянием они обладают. Церковь утверждает, что «сами по себе материальные блага не делают человека счастливым. Более того, сосредоточенность лишь на материальном преуспевании приводит к нравственной деградации личности» [Иларион митрополит Волоколамский 2017: 16]. Вмешательство церкви возможно лишь для того, чтобы содействовать научению представителей бизнеса более правильно расходовать накопленные ими материальные блага, но не для научения их зарабатывать.

Невозможно согласиться с сетованием авторов об отсутствии доктрины православного российского бизнеса. Складывается впечатление, что церкви предлагается выработать доктрину со строгой региональной привязкой, не учитывая каноническую территорию Русской православной церкви, охватывающую

все постсоветское пространство. Наличие других поместных православных церквей на земном шаре во внимание не берется, как будто в других православных странах не существует верующих предпринимателей. Если и допустить существование православного предпринимательства, то его деятельность не должна ограничиваться пределами России, а заявлять о своем особом статусе, сопряженном с сугубым влиянием православия на его предпринимательскую деятельность, следует и перед лицом иностранных партнеров, исповедующих другие религии.

Внимание привлекает утверждение, что в угоду политическим трендам стало модным быть воцерковленным предпринимателем. Здесь требует анализа явление, которое делает модной практику оказания поддержки в строительстве храмов и содействия организации благотворительных проектов церкви, что влечет за собой получение бонусов в виде церковных наград, а также повышения своего медиавлияния вследствие тесного сотрудничества с церковью.

Выводы авторов содержат противоречивые утверждения, провозглашающие приоритетное право предпринимателей на создание некоей концепции православного бизнеса. Утверждается, что концепция православного бизнеса еще не сформулирована в полном объеме. Не совсем понятно, когда были заложены основы ее создания и почему позициям отдельных православных верующих, имеющих свой бизнес, придается общеправославный характер. Не может быть аргументом существование Союза православных предпринимателей, опыт его сотрудничества с церковью, наличие выработанного им Этического кодекса православного предпринимателя. В деле православной жизни выглядит по меньшей мере странным стремление к созданию разнообразных концепций, регламентирующих жизнь православных верующих. В противном случае может возникнуть требование о создании концепции православной женщины, православного журналиста, православного педагога, православного врача или православного верующего в соответствии с одноименным названием существующих общественных объединений.

Сопоставление церкви и государства в условиях, когда церковь уже столетие отделена от государства, подчеркивание особой роли православных верующих, имеющих личный бизнес, в деле сотрудничества с государством и участия в финансово-экономической жизни России выглядит больше передежкой, чем отражением объективной действительности. Заявление о том, что в обществе существует запрос на усиление влияния православия на бизнес, можно считать условно мотивированным в том смысле, что в определенных кругах есть заинтересованность посредством церкви мотивировать отдельных представителей бизнеса инвестировать свои сверхдоходы в социальную сферу. Более законным будет требование к увеличению влияния православия во всех сферах жизни общества, т.к. в православии нуждаются не только богатые, но и бедные, не только работающие, но и безработные, и нетрудоспособные.

В настоящее время не видится объективной необходимости в формировании концепции православного бизнеса. Требуется интенсификация роли церкви во всех сферах жизни. Бизнес — один из институтов гражданского общества, которому следует придавать такое же значение, как и всем остальным. Понятия «православный банкинг» и «православные финансы», которым также посвящен ряд исследований, сразу отсылают к исламской финансовой системе, брать пример с которой по меньшей мере некорректно. Создание данных систем, якобы сформированных под влиянием православия, не может иметь благотворных последствий уже ввиду того, что практика концентрации внимания на финансовой сфере не находит исторического подтверждения в жизни церкви. Элементы православного бизнеса и православного банкинга прослеживаются в жизни веру-

ющих на протяжении всей истории христианства. Но вместе с этим никогда не предпринималась попытка выработать отдельное отношение к данным сферам, т.к. лишь злоупотребления в финансовой деятельности и сребролюбие порицались церковью как губительные явления.

Список литературы

Иларион, митрополит Волоколамский (Алфеев Г.В.). 2017. Православный взгляд на современные проблемы человечества в XXI веке. — *Вопросы философии*. № 4. С. 12-17.

Орлинская О.М., Гахраманов С.А.О. 2017. Православный бизнес: к вопросу о политической платформе и взаимоотношениях с государством. — *Власть*. Т. 25. № 4. С. 123-127.

PALAMARENKO Evgeniy Viktorovich, postgraduate student at the Chair of External Church Relations, Ss Cyril and Methodius School of Post-Graduate and Doctoral Studies (bld. 1, 4/2 Pyatnitskaya St, Moscow, Russia, 115035; palamarenko.2012@mail.ru

ON THE APPROPRIATENESS OF USING THE CONCEPT OF ORTHODOX BUSINESS

Abstract. *Ideas that give a special role to entrepreneurs practicing Orthodoxy in the financial and economic development of the state are increasingly reflected in scientific research. In this correlation of Orthodoxy and business, there is an obvious allusion to the principles of the Islamic financial system, which Orthodox Church does not support. The article proposes the argumentation of a critical attitude towards Orthodox entrepreneurship, calling for the refutation of the expediency of forming the concept of Orthodox business, capable of influencing entrepreneurship as a public institution, and deducing on its basis the special significance of Orthodoxy in the life of individual religious entrepreneurs.*

Keywords: *Orthodox business, Orthodoxy, business, business, church, morality*