

5. *Продолжительный характер отношений между компанией и наемными работниками.* Как известно, в крупных японских компаниях на основной персонал распространяется так называемая практика пожизненного найма, предполагающая, что всю свою трудовую жизнь (с момента окончания учебного заведения и до достижения предельного возраста пребывания в фирме) работник будет трудиться в одной и той же фирме. Не вдаваясь в анализ основных элементов этой системы и базовых принципов ее функционирования²², отметим лишь, что гарантии долговременной занятости, подкрепляемые целым пакетом мер материального и нематериального стимулирования, повышают трудовую мотивацию работников, побуждают их к тому, чтобы не только принять, но и активно участвовать в тех формах организации труда, которые предлагаются менеджментом.

Таким образом, японское качество – это сплав высокого технического уровня производственного аппарата промышленности, системы организации и управления производством, основанной на широком использовании элементов, сформировавшихся под влиянием национальной культуры и национальной психологии, и уникальных характеристик японской рабочей силы. Именно благодаря этому сочетанию японцы и производят продукты, которые не только отвечают ожиданиям потребителей, но даже превосходят их, поскольку их внешний вид, надежность и функциональные характеристики доставляют пользователям не только материальное удовлетворение, но и эстетическое удовольствие. Вот почему люди во всем мире, однажды приобретшие товары с марками японских производителей, уже, как правило, не изменяют эти маркам.

Принципы буддийской и конфуцианской этики в формировании концепции корпоративной социальной ответственности в современной Японии

Л. Б. Карелова

Статья акцентирует внимание на том, что проблемы корпоративной социальной ответственности затрагивают не только сферу экономики, управления и менеджмента, но и культуры, религии и философии. Рассматривая в качестве примеров программные лозунги некоторых японских компаний и декларации бизнес-сообществ, автор прослеживает и анализирует мыслительные парадигмы и традиционные ценности, с которыми связаны формулировки идей социальной ответственности в Японии. По мнению автора статьи, перенесение на японскую почву принципов и механизмов КСО облегчается тем, что эти новые технологии воспринимаются как продолжение собственной традиции, японские нормы КСО не только воспринимаются извне, но и достаточно гибко формулируются внутри собственного социокультурного пространства.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, Япония, буддизм, конфуцианство, практика будхисаттвы, Исида Байган, Сибусава Эйити.

Концепция корпоративной социальной ответственности (КСО) сегодня стала неотъемлемой частью глобальной культуры. Осмысление особенностей практического воплощения этой концепции в разных странах происходит преимущественно в социально-экономическом ключе, главным образом с точки зрения конкурентоспособности и устойчивого развития. Поскольку культурологический аспект применения КСО, в частности, проблема преемственности социокультурных паттернов и ценностей в условиях распространения общих норм и стандартов как правило выходит за рамки интересов исследователей, настоящая статья предполагает в какой-то мере восполнить этот пробел.

Идеи корпоративной социальной ответственности заняли важное место в теории и практике бизнеса в Америке и Европе с 1970-х гг.. Одновременно они начали находить определенный отклик и в японском бизнес-сообществе.

В первоначальном смысле «корпоративная социальная ответственность» означала ответственное поведение по отношению к различным группам акционеров, однако практически сразу после его появления это понятие стали трактовать значительно шире, включая в него также учет интересов работников, местных сообществ, проблем экологии, изменения климата и т. д. Методы управления в данном контексте подразумевают системы, процедуры, которые способствуют открытости,

²² См.: Т. Н. Матрусова, Изменения на рынке труда и в системе управления кадрами в фирмах Японии // Япония: смена модели экономического роста. М., Наука, 1990.; Она же. Японская система управления персоналом в условиях экономической депрессии // Япония 90-х: кризис системы или временные сбои? М., Восточная литература РАН, 1998. и др. работы автора.

прозрачности организации в ее социально-экономической деятельности, и направлены на устойчивое развитие общества не только в настоящем, но и в будущем. Эта общепринятая терминология в разных странах наполняется собственным содержанием и существует наряду с другими понятиями, выработанными в национальных языках.

Сравнительные исследования бизнес-этики указывают на наличие культурных паттернов, мыслительных парадигм, ценностей, которые оказывают влияние на ее терминологию и пути концептуализации. Поэтому проблемы социальной корпоративной ответственности затрагивают не только сферы экономики, управления и менеджмента, но и культуры, религии и философии.

Термин «корпоративная социальная ответственность» получил распространение в Японии лишь в 2000-е гг., однако представления о социальной ответственности предпринимательства, его связи с обществом существовали в японской социокультурной традиции еще со времен возникновения первых торговых домов.

Проблема ответственности бизнеса стала все более интенсивно обсуждаться в Японии с начала 90-х гг. после краха экономики «мыльного пузыря». Уже в 1991 г. Японская федерация экономических организаций (Кэйданрэн) приняла «Хартию корпоративного поведения»¹. Серия корпоративных скандалов в начале 2000-х гг., приведшая к банкротству ряда компаний и подорвавшая доверие к бизнесу, поставила эту проблему с новой остротой. Фактически поворотными событиями, открывшими эру менеджмента корпоративной социальной ответственности, стала публикация 26 марта 2003 г. доклада исследовательской группы Японской ассоциации корпоративных руководителей (Кэйдзай доюкай) «Эволюция рынка и менеджмент КСО», известного также как «15-я Корпоративная белая книга»². В октябре этого же года Японская федерация экономических организаций создала Подкомитет по социально ответственному менеджменту, а в 2004 г. «Хартия корпоративного поведения» в четвертой редакции была пересмотрена с точки зрения стандартов КСО. С этого времени практическое воплощение принципов КСО на японских предприятиях стало неотъемлемой нормой, а количество публикаций на данную тему в японской научной литературе и СМИ стало расти в геометрической прогрессии. Японские компании стали организовывать специальные отделы, регулирующие вопросы социальной корпоративной ответственности, и публиковать ежегодные отчеты о своем вкладе в общественное благосостояние, начали составляться рейтинги компаний на основании различных показателей КСО. В настоящее время Япония представлена наибольшим количеством

участников Global Reporting Initiative (GRI), которая является наиболее авторитетной системой отчетности по КСО в мире.

Инициатива развития и воплощения принципов КСО исходит как от предпринимателей, так и от ученых-специалистов в разных областях. При этом, используя терминологию КСО, утвердившуюся в мире, японцы начали связывать идеи и принципы корпоративной социальной ответственности с собственной этической традицией. Они, прежде всего, обращают внимание на наличие в японской трудовой этике эпох Токугава (1603–1868) и Мэйдзи (1868–1912) идей, созвучных КСО.

И в первую очередь это касается этических кредо, содержащихся в уставах и уложениях торговых домов, в которых получили своеобразное преломление буддийская и конфуцианская мысль. Американские исследователи, изучающие КСО японских компаний, отмечают, что они склонны избегать жесткого административного регулирования в этой области, как это принято в американских компаниях, а предпочитают культурные механизмы регулирования, связанные с философией и этикой³. Отчасти эта особенность может быть объяснена существованием в Японии значительного числа крупных бизнесов, имеющих более чем 100-летнюю историю и сохраняющих духовную преемственность.

Примечательно, что, по мнению авторов «Глобального обзора бизнес-этики», в европейской бизнес-этике господствует инструментальный подход, в последнее время все большее внимание уделяется разного рода технологиям, а философская составляющая постепенно уходит на задний план⁴. В то же время в Японии философско-этическому аспекту придается, по крайней мере внешне, весьма серьезное значение.

В последние годы в программных лозунгах японских компаний стали неизменно присутствовать выработанные еще в период Токугава этические максимы конфуцианского и буддийского происхождения. Они подчас занимают центральное место в декларациях по КСО бизнес-сообществ, как, например, в Декларации о корпоративном социальном содействии, выпущенной в 2007 г. Комитетом по корпоративной социальной ответственности и этике Ассоциации корпоративных руководителей района Кансай⁵. Идеи, которые сегодня инкорпорированы в КСО, помимо чисто этической значимости с давних пор были призваны обеспечить устойчивость и жизнеспособность предприятия. Долгосрочность существования и сохранение семейного имени-бренда сами по себе были ценностью и целью, к которой стремилась семейная фирма.

³ См.: Lewin A. Y., Sakano, T., Stephens, C.U., and others. Corporate Citizenship in Japan: Survey Results from Japanese Firms // Journal of Business Ethics. 1995, 14(2). P. 95.

⁴ См.: Global Survey of Business Ethics in Teaching, Training, and Research. Geneva, 2012. P. 245.

⁵ Kamigata Declaration of Corporate Social Contributions. In Pursuit of Ambitious Corporate Management. Committee on CSR and Corporate Ethics Kansai Association of Corporate Executives (Kansai Keizai Doyukai) // www.kansaidoyukai.or.jp/.../070514CSR kigyoinri.

¹ См.: <http://www.keidanren.or.jp/english/speech/spe001/s01001/s01a.html>.

² См.: http://www.doyukai.or.jp/en/policyproposals/articles/pdf/030326_1.pdf.

В исследованиях, посвященных КСО, обязательно прослеживается преемственность современных идей с национальной этической традицией и ее религиозно-философскими основаниями. Поэтому в настоящей статье представляется важным еще раз рассмотреть совокупность этих положений, сравнив их первоначальный и современный смыслы.

Одним из таких традиционных оснований, имеющем корни в японском буддизме, является концепция «получай пользу для себя, принося пользу другим» (*dziuri-rima*), букв. «польза себе – польза другим». Одноименный емкий лозунг присутствует в уставах многих японских компаний. К примеру, если зайти на сайт Sumitomo Life Insurance, то можно увидеть следующую формулировку ее программного лозунга: «Получение пользы для себя, принося пользу другим, единство общественного и личного». Смысл этого лозунга разъясняется следующим образом: «Предприятие Сумитомо, получая собственную выгоду, должно приносить пользу государству и обществу. Будучи частной организацией, оно в то же время является общественным инструментом»⁶.

Концепция, выраженная формулой «получай пользу (благо) для себя, принося благо другим» (санскр. *svārtha-parārtha*, яп. *dziuri-rima*), связана с представлениями об идеале и практике бодхисаттвы в буддизме махаяны. В махаянистских сутрах понятие «принесения пользы себе и другим» (*svaparārtha*) появилось в контексте противопоставления бодхисаттв архатам и пратьекабuddам, которые нацелены только на собственное освобождение, т. е. стремление к пользе для себя (*svārtha*, *ātma-hita*). Бодхисаттва откладывает свое вхождение в нирвану ради приведения к просветлению других. На пути к достижению состояния будды он исполняет свой обет по спасению всех живых существ. Таким образом, деяния бодхисаттвы имеют две взаимосвязанные стороны – собственное продвижение к состоянию будды, или собственное обретение блага, и приведение к этому состоянию других, или принесение блага другим.

Японские мыслители акцентировали совпадение принесения пользы другим и обретения собственной пользы в практике бодхисаттвы, допускающая осуществление такой практики в обыденной жизни. В частности, еще основатель школы Тэндай, Сайтё (767–822), в трактате «Рассуждение, поясняющее заповеди» (Кэнкайрон), посвященном образу бодхисаттвы, писал: «Заповеди бодхисаттвы не предписывают стремления только к собственной пользе. Но принесение пользы другим собственно и есть получение пользы для себя»⁷. Сайтё не отрицал возможность становления на путь бодхисаттвы для мирян, хотя в его эпоху буддийское учение было ориентировано преимущественно на достижение спасения в стенах монастырей и воплощением его идеала был бодхисаттва-монах.

Идеи *dziuri-rima* получили дальнейшую разработку в буддийской мысли периода Камакура (1192–1333), в центре внимания которой были проблемы спасения обычного человека – не только монаха, но и мирянина, занятого повседневным трудом.

Прежде всего, известны формулировки этих идей в направлениях дзэн и син.

Догэн (1200–1253), основателю школы дзэн-буддизма Сото, принадлежит формулировка «закон принесения пользы един». В сочинении «Четыре составляющих практики бодхисаттвы» (Бодайсатта сидзёбо), входящем в «Сокровищницу сути истинного учения» (Сёбогэндзо), он выделяет в качестве одного из основных аспектов деятельности бодхисаттвы принесение пользы (блага) людям. Под принесением пользы Догэн понимает как пользу, приносимую другим людям, так и пользу, приносимую себе. В этом контексте он писал: «Глупцы думают, что если на первый план ставить пользу для других, то собственная польза должна будет убавляться, однако это не так. Закон принесения пользы един (тождествен), повсеместно польза достигается обоюдно (взаимно). А именно – ошибочно противопоставлять пользу для других и собственную пользу»⁸. В широком смысле польза (благо) предоставляется и себе и другим»⁹.

Синран (1173–1262), основатель школы Син амидаистского направления, в поэтическом собрании «Гимны о Чистой земле» (Дзёдо васан) выразил идею *dziuri-rima* в первой строфе 37-го гимна: «Достижение пользы для себя [буддой Амида] и принесение пользы другим совершенным образом воплотилось [в Чистой Земле] (*dziuri rima эмман ситэ*)». Максима «совершенное воплощение обретения собственной пользы и принесения пользы другим» в Син-буддизме стала выражением взаимообусловленного обретения состояния будды бодхисаттвой и перерождением в Чистой Земле других живых существ. Важно отметить, что именно в Син-буддизме впервые были отменены различия между священством и мирянами в соответствии с теорией Синрана «ни монахов, не мирян» (*хисо хидзоку*).

Син-буддизм – один из важнейших религиозно-культурных феноменов, составивших духовную основу модернизации Японии. Пика своего влияния он достиг именно в период Токугава. К 1850 г. существовало около 10 тыс. монастырей этой школы, которые формировали субкультуру эпохи Токугава⁹. Идеи Синрана довольно длительное время оказывали влияние на широкий круг людей. Территориально-историческая провинция Оми, где коммерческая деятельность развивалась наиболее активно, входила в регион влияния этой школы.

⁶ См.: <http://www.sumitomolife.co.jp/about/csr/group/traditional.html#header>.

⁷ *Saïmē*. Кэнкайрон (Рассуждение, поясняющее заповеди) // Нихон-но мэйтё (Великие произведения Японии). Т. 3. Токио, 1984. С. 111.

⁸ Догэн. Сёбогэндзо (Сокровищница сути истинного учения). Т. 4. Токио, 1972. С. 367.

⁹ Amstutz G. World Macrohistory and Shinran's Literacy // Pacific World (Journal of the Institute of Buddhist Studies), Third Series. № 11, Fall 2009. P. 260.

Поскольку реализация пути бодхисаттвы в махаяне, особенно в дальневосточном ее варианте, стала рассматриваться как доступная для каждого буддиста, в том числе и мирянина, указанная формула приобрела здесь всеобщий характер. Польза стала восприниматься как благо просветления, которое означает трансформацию сознания, дающую возможность свободного и комфортного существования в данной жизни, достижения успеха на том или ином поприще.

Так, в период Токугава начали распространяться учения, которые не только допускали достижение состояния просветления в мирской жизни, но и отождествляли повседневный труд в миру с буддийской практикой. Ярким примером являются взгляды буддийского мыслителя Судзуки Сёсана (1579–1655), выраженные им в «Руководстве в повседневной жизни для четырех сословий» (Симин нитиё) и обращенные к ремесленникам: «Все занятия без исключения являются буддийской практикой. Достижение состояния будды возможно лишь на основе действий людей. Не может существовать работы, которая была бы вне буддийской практики. Следует знать, что все, что вы делаете, совершается ради блага всего мира... Любое занятие, как только оно появляется, начинает служить миру... достижения, появившиеся в великом множестве, существуют на благо мира, все они есть ни что иное, как проявление милости единого Будды в действии»¹⁰. В наставлениях крестьянину сказано следующее: «Земледелие и есть буддийская практика. Когда ваши помыслы не праведны, земледелие является низким занятием. Если ваша вера тверда, то оно станет деянием бодхисаттвы»¹¹. Торговцам Судзуки Сёсан адресовал такие слова: «Когда вы будете заниматься торговлей, отбросив все привязанности и не имея корыстных устремлений..., ваша прибыль увеличится, и вы станете состоятельным человеком... Естественным образом достигнув состояния *бодхи* в своем сердце, вы ощутите чудесную радость нирваны, а это значит, что, став человеком, обладающим великой ничем не ограниченной свободой, вы будете самостоятельно прокладывать свой путь между Небом и Землей»¹². Аналогичные высказывания можно встретить и у представителей школы Сэкимо сингаку, основанной Исидой Байганом (1685–1744) и снискавшей большую популярность среди городских сословий Японии сер. XVIII – сер. XIX вв.

Неслучайно, что эти идеи были восприняты предпринимателями эпох Токугава и Мэйдзи и положены в основу уставов и конституций торговых домов, наставлений их глав своим потомкам. Наиболее из-

вестным является высказывание основателя корпорации «Иточю», Ито Тубэя (1842–1903): «Торговля есть деяние бодхисаттвы».

Таким образом, с одной стороны, коммерция, трактуемая как служение всему миру, получала моральное оправдание, и с помощью формулы *дзири-рита* легитимизировалось получение прибыли. С другой стороны, складывалось представление о том, что долгосрочный коммерческий успех, процветание и устойчивость предприятия возможны лишь, если оно не ставит во главу угла своей деятельности получение прибыли любой ценой, а руководствуется, прежде всего, интересами общества.

Мирская польза и благо духовного освобождения, обозначаемые одним и тем же иероглифом *ри*, стали сближаться по смыслу. Причем если в конфуцианской традиции стремление к выгоде, пользе нередко рассматривались как недостойное занятие «маленького человека»¹³, то в буддизме это понятие изначально несло в себе этически положительный смысл.

Еще одна программная идея, лежащая в основе принципов КСО японских компаний, – это идея «удовлетворения трех сторон», или «достижения блага для трех сторон» (*сампоёси*), которая, как будет показано ниже, также имеет буддийское происхождение и также связана с представлениями о пути бодхисаттвы в дальневосточной махаяне.

Лозунг «достижения блага для трех сторон» выступает в качестве ключевой максимы в деятельности корпорации «Иточю» (у нас более известной как «Итоху»), основанной Ито Тубэем в конце XIX в. и являющейся одной из крупнейших в мире многопрофильных торгово-финансовых и инвестиционных компаний. На сайте корпорации в разделе КСО декларируется следующее: «Мы, корпорация «Иточю», убеждены, что компании также являются членами общества, что не сосуществуя с обществом в качестве добропорядочного корпоративного члена и не отвечая его потребностям через свою деятельность, компания не может оставаться стабильной, что корпоративная социальная ответственность направлена на то, чтобы играть роль в построении устойчивых обществ посредством бизнес-активности. Этот подход продиктован философией “достижения блага для трех сторон”, выработанной торговцами провинции Оми, и явившейся краеугольным камнем, на основе которого наш основатель Тубэй Ито построил свой бизнес»¹⁴. Идея *сампоёси*, ставшая его жизненным девизом, была сформулирована им в 1872 г. в Уставе его торгового дома так: «Торговля – это деяние бодхисаттвы. Она является благородным занятием, когда соответствует духу Будды, принося благо тому, кто продает, тому, кто покупает, и удовлетворяет потребности всего общества». Принципы «достижения блага для трех

¹⁰ Судзуки Сёсан. Руководство в повседневной жизни для четырех сословий» (Симин нитиё), (пер. с яп.) // Карелова Л. Б. У истоков японской трудовой этики. История в портретах. М., 2007. С. 56.

¹¹ Там же. С. 55.

¹² Там же. С. 59–60.

¹³ «Благородный муж думает только о долге/справедливости, маленький человек думает только о выгоде» (Лунь юй, IV, 16).

¹⁴ <http://www.itochu.co.jp/en/csr/itochu/philosophy/>.

сторон» – ключевые в программах КСО также и многих других компаний, таких как «Нисикава сангё» (производитель и дистрибьютор товаров домашнего интерьера), к Wacoal (производитель одежды), Nippon Life Insurance и др.

Японские исследователи понятия *сампоёси* связывают его происхождение с практикой первой из шести парамит бодхисаттвы – *дана-парамита*, или совершенством даяния, щедростью. Она предполагает как передачу буддийского учения, так и материальной помощи, сочувствия и поддержки. При этом даяние должно быть полностью свободно от какой-либо привязанности к тому, кому оно адресовано, или к самому передаваемому предмету, а также от ожидания благодарности или награды.

Иначе говоря, даяние в буддизме предполагает необладание собственной природой, или пустотность всех трех сторон акта даяния, а именно – дающего, получающего и того, что передается. Это условие подлинного даяния обозначается понятием «тройная чистота даяния» (санскр. *trimandala-parisuddha* яп. *санрин сёдзё*). Даяние из чистых побуждений становится благом как для дающего, так и для получающего, и одновременно способствует преобразованию всего мира. Рассмотрению связи между двумя понятиями посвятил ряд исследований профессор Университета Рюоку Абэ Дайка. Он показал, что представление о чистоте помыслов дающего в буддизме повлияло на сложившийся в среде горожан периода Токугава образ хорошего бескорыстного предпринимателя, который из всех сил заботится в первую очередь о благополучии покупателя. Осуществляя свою милосердную деятельность, он приносит пользу себе и тому, кому эта деятельность адресована. Вещи и услуги, предоставляемые предпринимателем, выступают в качестве проводников между ним и покупателем. Их нужность людям, приносимое ими удовлетворение становятся свидетельством чистоты деятельности их поставщика. Польза, приносимая посредством этих вещей, соответствует благу третьей стороны, т. е. всего общества¹⁵.

Сегодня предприниматели, живущие в секуляризованном обществе и использующие указанные лозунги, в большинстве своем, разумеется, руководствуются не религиозной мотивацией, которую эти лозунги в себе изначально несли. Однако этический посыл, состоящий в восприятии любой деятельности как миссии, направленной на улучшение жизни локальных сообществ и мира в целом, продолжает оставаться нравственным регулятором для сегодняшних японцев.

Также нельзя не остановиться на привлечении конфуцианской традиции к концептуализации КСО в Японии. В частности, издревле об-

суждаемые в конфуцианской мысли дилеммы долга и выгоды, личного и общественного, нашли свое выражение в документах, связанных с темой КСО.

Например, корпорация «Симидзу» декларирует свою приверженность принципам КСО, сформулированным выдающимся предпринимателем эпохи Мэйдзи и последователем конфуцианского учения Сибусавой Эйити (1840–1931) в его сочинении «„Лунь юй“ и счеты» (Ронго то соробан), провозглашающем единство этики и экономики¹⁶. Компания «Санкё пегасус», занимающаяся реализацией топлива и нефтепродуктов, выражает свое кредо в области бизнес-этики и КСО, используя цитаты из сочинения мыслителя-синкретиста Исиды Байгана (1685–1744), сформулировавшего этические принципы торгового сословия эпохи Токугава. Он, в частности, писал: «...настоящий торговец заботится не только о своем становлении, но и становлении противоположной стороны»¹⁷ (перифраз формулировки золотого правила нравственности в «Лунь юй»).

Важной составляющей этических воззрений Исиды Байгана и Сибусавы Эйити стала интерпретация соотношения между стремлением к личной выгоде и долгом, являвшегося одной из проблем конфуцианского учения. Исида Байган опровергал мнение о том, что человек, стремящийся к прибыли, непременно причиняет вред другим. Выгода, по его убеждению, может быть только обоюдной. Личная выгода напрямую связывалась с выгодой и процветанием всего народа, государства. В том случае, если выгода является односторонней, на самом деле – это лишь видимость выгоды, которая затем оборачивается своей противоположностью. Эта линия была продолжена Сибусавой Эйити, лейтмотивом этических воззрений которого стало утверждение нравственных принципов в предпринимательской деятельности. Он обращал внимание на ошибочность представления о несовместимости долга и выгоды, которое сложилось, по его мнению, благодаря тенденциозным комментариям неоконфуцианцев к «Лунь юй» и «Мэн-цзы». Он, в частности, писал: «Наставление Мэн-цзы гласит: „Долг и выгода едины – это непосредственно обнаруживает человек, который читает конфуцианское Четверокнижие. В качестве примера ошибочного истолкования этой мысли можно привести высказывания великого конфуцианца эпохи Сун, Чжу Си, принижавшего стремление к обогащению и выгоде... В результате неправильного толкования учения Конфуция и Мэн-цзы дух коммерсантов, занимающихся повышением благосостояния народа, стал практически полностью захвачен эгоизмом... Вследствие этого, значительное число сегодняшних так называемых коммерсантов стремятся только к личной выгоде и не считаются ни с отдельными людьми,

¹⁵ См.: Абэ Дайка. Буккё-но кэйэйкан ни кансуру обоэгаки. Сёбай ва боссацу-но вадза (Заметки о буддийском взгляде на предпринимательство. Коммерция – есть деяние бодхисаттвы) // Кэйэйгаку ронсю (Журнал бизнес-управления). Т. 49, № 4 (март 2010). С. 87–88.

¹⁶ См.: <http://www.shimz.co.jp/csr/ethics/index.html> В 1887 г. Сибусава был назначен старшим советником предприятия «Симидзу», с 1804 г. занимавшегося строительным бизнесом.

¹⁷ См.: <http://www.sankyopegasus.co.jp/profile.html#aisatsu>.

ни со всем обществом... Чтобы исправить эту ситуацию во благо всего общества, ... необходимо прилагать все усилия, чтобы упрочить убеждение о единстве долга и выгоды»¹⁸.

Долг в понимании Сибусава – это, прежде всего, долг перед обществом и государством. Идея предпринимательского долга была им сформулирована уже в одном из его ранних сочинений – «Основные правила биржевого заседания» (Татаи якусю), написанном в 1871 г.¹⁹. Здесь Сибусава Эйити рассматривает предпринимательскую деятельность как активность, направленную на достижение общественной пользы. Долг предпринимателя, согласно его взглядам, состоит в том, чтобы отдать все свои силы на обогащение и процветание страны и благоденствие народа. Эта идея получила свое выражение в том, что каждый человек, в том числе и занимающийся коммерцией, квалифицировался им как «подданный», служащий своему государству: «...Каждый подданный Японии обязан постоянно энергично трудиться ради своей страны, не уклоняясь от опасностей и неурядиц»²⁰. Конкретизацией понятия долга каждого человека для Сибусава стал программный лозунг правительства Мэйдзи «богатая страна, сильная армия» (*фукоку кэхэй*). В этой связи личное обогащение рассматривалось как исполнение своего долга перед государством: «Если все люди единодушно отвергнут богатых, то каким образом сможет воплотиться в жизнь идеал богатой страны и сильной армии? Личное богатство есть не что иное, как богатство страны. Отдельный человек старается не ради личного богатства, богатство должно стать достоянием государства. С утра до вечера люди трудятся ради того, чтобы, сделав государство богатым, самим достичь более высокого положения»²¹.

Трактовка профессиональной деятельности как служения государству разделялась уже целым рядом конфуцианских мыслителей периода Токугава. Однако наиболее вероятно, что Сибусава воспринял ее под влиянием учения школы Мито, с которым он был знаком еще с юности. Представители этой школы, в частности Аидзава Сэйсисай (1782–1863) и Фудзита Токо (1806–1855), рассматривали каждого человека как подданного, находящегося на службе императора, и обязанного заниматься своим делом в соответствии с занимаемым положением и способностями ради умиротворения народа и поддержания спокойствия в стране. В этом и состоял его долг, и проявлялась верность императору. В представлении Сибусава объектом верности и долга был не император, а государство в целом. При этом он настаивал на том, что бизнес должен быть независим от государства.

Другим аспектом проблемы соотношения между долгом и выгодой у Сибусава явилась формулировка «общественная польза и личная выгода едины», в соответствии с которой если личная выгода не является одновременно общественной, то она не может рассматриваться как подлинная выгода. Эта мысль полностью соответствует духу доктрины тождества личного и общественного у конфуцианского мыслителя Огуо Сорая (1666–1728), созданной почти двумястами годами ранее.

В связи с этим можно привести такие слова Сибусава Эйити: «Думать, что богатство может являться исключительно личной собственностью одного человека, – великое заблуждение. В сущности человек не в состоянии делать что-либо в одиночку. Только благодаря государству и обществу он извлекает пользу для себя. Поскольку благодаря им человек обретает безопасность, то если бы не было государства и общества, в одиночку человек не смог бы полноценно существовать в этом мире. Если задуматься над этим, то станет ясно, что чем больше была помощь, полученная со стороны общества, тем больше становится богатство. Поэтому в отплату за это благодеяние следует помогать обществу, выполняя свой естественный долг настолько насколько это в ваших силах. Это не менее важно, чем заниматься благотворительными общественными работами. Аналогично тому, как говорится в изречении “если ты сам стремишься к становлению, то помогай и становлению других людей, если ты хочешь, чтобы твои дела шли хорошо, то способствуй успехам других”²², раз чувство любви к самому себе сильно, вы должны с такой же силой любить и общество»²³.

Почему сегодня в Японии происходит очевидное возрождение интереса к духовному наследию в контексте КСО?

На протяжении всей истории этой страны периодически происходили переосмысление и реконструкция определенных фрагментов и структурных форм традиционного мышления, относящихся к более ранним идеологическим системам, в соответствии с новыми потребностями.

Сегодня национальной идеей Японии, как и многих других стран, становится построение «хорошего общества». Как показывает в своем исследовании, посвященном современной японской идентичности, социолог и политолог С. В. Чугров, большинство населения Японии полагает, что важнейшим приоритетом должно быть не просто экономическое процветание, а психологически комфортное общество, в котором фрустрирующие факторы и риски сведены до минимума, отсутствуют условия для возникновения социальных и культурных травм, процветание и социальная стабильность обеспечиваются саморегуляцией, минимизированы экологические проблемы, обеспечена личная безопасность каждого, главными ценностями считаются нравственность и умеренность (име-

¹⁸ Сибусава Эйити. Ронго то соробан (Лунь юй и счеты). Токио, 2001. С. 104–105.

¹⁹ См.: Сибусава Эйити. Татаи якусю (Основные правила биржевого заседания). Токио, 1992.

²⁰ Сибусава Эйити. Ронго коги (Лекции по «Лунь юю»). Токио, 1975. С. 417.

²¹ Там же, 180.

²² См.: Лунь юй, VI, 30.

²³ Сибусава Эйити. Ронго то соробан («Лунь юй» и счеты). Токио, 2001. С. 94–95.

ется в виду осуждение излишней роскоши и корысти)²⁴. Поэтому активное восприятие бизнесом и обществом идей КСО не случайно. Возможно, перенесение на японскую почву принципов и механизмов КСО облегчается тем, что эти новые технологии воспринимаются как продолжение собственно японской традиции. Таким образом, усвоение нового происходит, как уже не раз случалось в истории Японии, через нахождение подобного в собственном культурном арсенале, в результате чего новое и чужое становится «своим».

Помимо этого в условиях глобализации, когда нации вновь стремятся к определению своей идентичности, интерес к собственной культуре неизбежно возрастает. Возможно, концептуализация КСО в этом отношении является частным случаем этого процесса. Японцы мастерски используют западные паттерны, наполняя их своим культурным содержанием, причем происходит это достаточно гармонично. Создается впечатление, что японские нормы КСО не задаются извне, а спонтанно и гибко формулируются внутри собственного социокультурного пространства.

Несомненно, японский опыт воспитания и внедрения КСО имеет немалый интерес для многих стран мира, в том числе и для современной России.

Японская жилищная система как катализатор и индикатор социально-экономических изменений

С. Б. Маркарян

Проблема жилья в стране постепенно решалась на путях льготного кредитования, предоставления субсидий, государственного и корпоративного строительства. Основное направление государственной жилищной политики, равно как и предпочтений населения – создание общества частного домовладения, что и было достигнуто. Жилищная система стала одним из важных элементов процесса модернизации страны, обеспечения экономического роста и становления нового образа жизни. Экономические и демографические изменения в стране, особенно в последние два десятилетия, вызвали перемены в жилищной политике, которая стала сугубо рыночно-ориентированной, что ведет к углублению социального расслоения.

Ключевые слова: жилищная система, жилищная политика, рынок жилья, частное домовладение, жилищное строительство, корпоративное жилье, социальное жилье, аренда жилья, строительство разных типов жилья, социальная дифференциация.

В послевоенной жилищной системе Японии, равно как и в государственной жилищной политике, по мнению японских аналитиков, просматриваются два временных периода – до и после начала 1990-х гг. Хотя предпочтения населения в течение всего этого времени, в общем и целом, были на стороне частного домовладения, в 1990–2000-е гг. общая картина жилищной системы изменилась весьма значительно. Прежде всего, только тогда были законодательно оформлены все основные тенденции перемен в этой сфере, хотя они начали проявляться еще в первый период. Кроме того, именно в начале 1990-х гг., т. е. в условиях краха «мыльного пузыря», произошло резкое снижение цен на недвижимость, что повлекло за собой серьезные социальные последствия. В основе всех этих изменений лежат, прежде всего, социально-экономические факторы, которые и будут рассмотрены в ходе изложения.

Жилищная проблема в первые послевоенные десятилетия

Большую роль в развертывании жилищного строительства, как и во многих других секторах экономики, в первые послевоенные десятилетия сыграло государство. Это было связано с острой нехваткой жилья в те годы (не хватало свыше 4 млн. единиц), ибо жилищный фонд был в значительной степени разрушен, а на японские острова вернулись военнослужащие и гражданское население из ранее завоеванных стран.

²⁴ См: Чугров С. В. Япония в поисках новой идентичности. М., 2010. С. 277–278.