

---

*Religie a biznes*

Autor: Wojciech Gasparski

Artykuł opublikowany w „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2008, vol. 11, nr 1, s. 23-30

Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie

Stable URL: [http://www.annaesonline.uni.lodz.pl/archiwum/2008/2008\\_01\\_gasparski\\_23\\_30.pdf](http://www.annaesonline.uni.lodz.pl/archiwum/2008/2008_01_gasparski_23_30.pdf)

---

*Religions and Business*

Author: Wojciech Gasparski

Source: 'Annales. Ethics in Economic Life' 2008, vol. 11, nr 1, pp. 23-30

Published by Lodz Archdiocesan Press

Stable URL: [http://www.annaesonline.uni.lodz.pl/archiwum/2008/2008\\_01\\_gasparski\\_23\\_30.pdf](http://www.annaesonline.uni.lodz.pl/archiwum/2008/2008_01_gasparski_23_30.pdf)

© Copyright by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2008

© Copyright by Wojciech Gasparski

Used under authorization. All rights reserved.

Wojciech Gasparski  
Centrum Etyki Biznesu  
Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania  
im. L. Koźmińskiego w Warszawie<sup>1</sup>  
e-mail: wgaspars@wspiz.edu.pl

<https://doi.org/10.18778/1899-2226.11.1.02>

## Religie a biznes

### 1. Wstęp

Problematyka działalności gospodarczej w jej związkach z religiami nie może zacząć się inaczej, aniżeli od przypomnienia *Szkiców z socjologii religii* Maxa Webera<sup>2</sup> oraz jego dzieł poświęconych etyce gospodarczej religii światowych<sup>3</sup>. Jednakże nie egzegeza weberianizmu jest przedmiotem tego artykułu. Oddawszy więc należne honory wybitnemu badaczowi relacji zachodzących między gospodarką a religiami, przystąpić możemy do zamierzonego przeglądu zagadnień.

### 2. Chrześcijaństwo a biznes

Przedstawiając<sup>4</sup> kwestię współzależności biznesu i religii świata zachodniego autorzy zwracają uwagę na to, że religie żydowska i katolicka tradycyjnie zajmowały się etyką gospodarczą i zawodową<sup>5</sup>. Ponad 30% Talmudu dotyczy zagadnień etyki biznesu, a w szkołach rabinackich i talmudycznych wiele czasu poświęca się zagadnieniom sprawiedliwości, rzetelności i uczciwości w biznesie. Kościół Katolicki wypracował teologiczne i etyczne podejście do pieniędzy, pracy, stosunków w biznesie.

W średniowiecznych klasztorach i uniwersytetach moralna kazuistyka stanowiła rdzeń programu kształcenia. Zagadnienia takie, jak sprawiedliwe ceny, sprawiedliwe wynagrodzenie, kultywowanie produkcji, rzetelność w biznesie były przedmiotem filozofii moralnej i refleksji teologicznej. Purytańscy duchowni prezentowali stale „kazusy sumienia”, z któ-

---

<sup>1</sup> Centrum Etyki Biznesu jest jednostką wspólną IFiS PAN i WSPiZ.

<sup>2</sup> M. Weber, *Szkice z socjologii religii*, Książka i Wiedza, Warszawa 1995.

<sup>3</sup> M. Weber, *Etyka gospodarcza religii światowych*, Nomos, Kraków 2000.

<sup>4</sup> Ten, dość obszerny, fragment artykułu stanowi nieco zmodyfikowaną wersję części „Zagadnienie ‘trzech E’ w perspektywie religijnej” mojego wcześniejszego artykułu W. Gasparski, *Normy etyczne a normy sprawnościowe w zarządzaniu, biznesie i gospodarce*, [w:] W. Gasparski, A. Lewicka-Strzałecka, D. Miller, (red.) *Etyka biznesu, gospodarki i zarządzania*, Wyd. Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi oraz Fundacji „Wiedza i Działanie” im. L. von Misesa i T. Kotarbińskiego, Warszawa 1999, s. 25–28.

<sup>5</sup> D.G. Jones, *Business, Religion, and Ethics: Inquiry and Encounter*, Oelgeschlager, Gunn & Hain Publishers, Inc., Cambridge, Mass 1982.

rych liczne odnosiły się do gospodarki merkantylistycznej. W XIX w. wymiar etyczny rewolucji przemysłowej wyrażany był w wielu kazaniach, traktatach, homiliach, artykułach i książkach. Jednakże debata między twórcami „ewangelii bogactwa” (Andrew Carnegie, *The Gospel of Wealth*, 1900) a „chrześcijańskimi socjalistami” nie zaowocowała znaczącym wkładem w teologię ekonomii, czy systematyczną etykę nowoczesnego biznesu.

W wieku XX poza kilkoma dziełami badaczy katolickich zajmujących się etyką biznesu wkład osób nauczających religii do amerykańskiej etyki biznesu jest skromny. Wymienia się trzy podejścia do etyki biznesu charakteryzujące amerykańskich teologów: ewangelia społeczna, chrześcijański realizm społeczny oraz wspomniana ewangelia bogactwa.

Podejście pierwsze nawiązuje do krytyków postępu i przeciwników wielkiego biznesu z początków stulecia; w latach 30-tych czerpało ono z ideologii socjalistycznej, dostarczając wsparcia związkom zawodowym, postrzegało biznes jako główną siłę sekularyzacji społeczeństwa, uważając wielkie korporacje za źródło korupcji, niesprawiedliwości, a rozwijanie etyki biznesu jako legitymizowanie tego, co nie powinno być legitymizowane. W związku z tym nauczanie etyki biznesu uważano za przeciwnie skuteczne, bo mogące przyczynić się do rozwoju biznesu utrudniając restrukturyzację demokratycznego kapitalizmu.

Podejście drugie uznaje interes własny za fakt życia gospodarczego, ale domaga się, aby był on kontrolowany przez czynniki polityczne. Uważa regulacje państwowe i silne związki zawodowe za środek do wprowadzenia norm moralnych na rynku. Główną uwagę kieruje to podejście na etykę społeczną i polityczną (sprawy wojny i pokoju, praw człowieka, praw mniejszości), etyka biznesu znajduje się na marginesie zainteresowań rzeczników tego podejścia.

Tradycja *ewangelii bogactwa* jest bardzo silna w Ameryce. Broni ona wolnego rynku i utożsamiania moralności chrześcijańskiej z sukcesem gospodarczym. Poszukiwanie uzasadnienia wspierającego kapitalizm i sprzeciwu wobec socjalizmu jest stałą cechą charakterystyczną tego podejścia. Współczesną wersją tego podejścia jest neokonserwatyzm reprezentowany przez katolickiego filozofa Michaela Novaka i rabina Seymoura Siegela zajmujących się teologią ekonomii. Nawiązują oni do prac Adama Smitha uważając za nim, że bogactwo jest wartością etyczną, ponieważ tworzenie bogactwa przyczynia się do zmniejszenia ubóstwa i wzrostu dobrobytu. Z tego względu polityczna ingerencja w działania rynkowe jest ich zdaniem nieetyczna, ponieważ zakłóca mechanizm funkcjonowania rynku. Nauczanie etyki biznesu wielu neokonserwatystów uważa za szkodliwe, bo wrogie wobec biznesu.

Należy tu przypomnieć, że polska autorka z Uniwersytetu Kardynała Wyszyńskiego, prof. Aniela Dylus<sup>6</sup> uważa, że w warunkach współczesnego wysoko rozwiniętego społeczeństwa system społecznej gospodarki rynkowej z korygowaną zależnie od sytuacji polityką gospodarczą i społeczną najlepiej chroni dobro rzadkie, jakim w gospodarce jest moralność. Taka też jest społeczna nauka Kościoła.

Amerykański autor Jones<sup>7</sup>, nb. pastor ewangelicki, uważa, że nadszedł czas na podejście czwarte cechujące się przejściem w rozważaniach teologicznych z poziomu makro na poziom mikro, tj. na poziom praktycznych problemów, jakie w swej aktywności zawodowej spotykają menedżerowie i służeniu im radą. Wymaga to konieczności zdobycia przez duchownych wiedzy umożliwiającej dialog z ludźmi biznesu. Jak wynika z badań, du-

---

<sup>6</sup> A. Dylus, *Gospodarka, moralność, chrześcijaństwo*, Kontrast, Warszawa 1994.

<sup>7</sup> D.G. Jones, *Business, Religion, and Ethics: Inquiry and Encounter*, Oelgeschlager, Gunn & Hain Publishers, Inc., Cambridge, Mass 1982.

chowni nie zawsze potrafią doradzać menedżerom w licznych sytuacjach praktycznych związanych z dylematami moralnymi i prakseologicznymi. Tylko około 10% duchownych amerykańskich potrafi kompetentnie rozmawiać z ludźmi biznesu. W Polsce badania tego rodzaju nie były, jak wiem, prowadzone. Należy w związku z tym zachęcić duchownych do zdobywania wiedzy o zarządzaniu i gospodarce rynkowej. Duchowni powinni posługiwać się językiem etyki biznesu, umieć rozmawiać na tematy etyczne związane z zarządzaniem nie w języku religii, lecz w języku zrozumiałym dla menedżerów. Pożądane byłoby, aby duchowni nauczyli się technik analizy etycznej i podejmowania decyzji, jeśli mają służyć radą menedżerom jak ci ostatni powinni postępować podejmując decyzje. Tylko w ten sposób duchowni mogą kształtować partnerskie stosunki z menedżerami potrzebującymi ich rady, nie uzurpując sobie monopolu w sprawach moralności. „*Nie zwiększymy naszego zaufania w sprawach etyki biznesu u menedżerów – pisze Jones – jeśli nie udoskonalimy naszych narzędzi sądenia*”. Należy więc studiować prace filozofów moralności, co może być niesympatyczne dla niektórych duchownych – dodaje cytowany autor – zachęcanych do zapoznania się z etyką świecką.

Moje stanowisko jest takie, że etyka jest uniwersalna, poprzedzająca judaizm i katolicyzm. Niezależnie od tego, co kto sądzi w tej kwestii, tradycja chrześcijańska dostarcza silnej historycznej gwarancji, że ‘uprawianie etyki’ jest autonomiczną funkcją rozumu praktycznego. Zapewne był o tym przekonany Św. Tomasz z Akwinu, który uczył się filozofii moralnej od Arystotelesa, a także Luter, który, gdy doradzał kupcom, urzędnikom i księżom korzystał z filozofii stoickiej oraz Arystotelesa. Ponadto, jeśli duchowni mogą doradzać w sprawach psychoterapeutycznych korzystając z metod, słów i dorobku Freuda, Horney, Junga, Eriksona i Rogersa, to podobnie mogą doradzać w sprawach etycznych posługując się teoriami i językiem świeckich filozofów i nauczycieli etyki biznesu<sup>8</sup>.

Sądzę, że dobrym przykładem takiego postępowania są liczne adresy Jana Pawła II do ludzi biznesu, opublikowane w Ameryce pod redakcją R.G. Kennedy’ego<sup>9</sup>. Sześć z tych adresów opublikowaliśmy z Bratem Leo V. Ryanem<sup>10</sup> (od św. Viatora), emerytowanym profesorem zarządzania w katolickim uniwersytecie De Paul w Chicago. Streszczając zawarte w nich myśli pisałem:

W celu lepszego zrozumienia tego, jakim wedle Jana Pawła II biznes być powinien, odwołać się należy do pojęcia osoby, wobec której biznes pełni rolę służebną. Jest to więc stwierdzenie, że każdy człowiek jest wartością, posiada godność, atak na którą, bądź ignorowanie której nie znajduje usprawiedliwienia. Po wtóre osoba jest istotą społeczną ze swej natury, współdziałającą z innymi nie z musu, lecz z własnej woli, gdyż takie są jej preferencje. Po trzecie, ludzie są powołani do pracy jako współpracownicy Stwórcy – pisze Kennedy – a praca nie jest karą, lecz powołaniem.

Jan Paweł II zwraca się więc do ludzi biznesu jako do tych, którzy reprezentują jedną z najogólniejszych form zorganizowanej pracy. Forma ta nie jest środkiem jedy-

---

<sup>8</sup> Tamże.

<sup>9</sup> R.G. Kennedy (red.), *The Dignity of Work: John Paul II Speaks to Managers and Workers*, University Press of America, Canham, NY 1994.

<sup>10</sup> W. Gasparski, L.V. Ryan C.S.V. (red.), *Human Action in Business: Praxiological and Ethical Dimensions*, Transaction, New Brunswick–London 1996.

nie do pomnażania bogactwa, skoro ludzie ze swej natury współdziałają z innymi. Spełnienie człowieczeństwa jest przeto celem nadrzędnym, wobec którego produktywność jako warunek zysku, zaś zysk jako warunek przeżycia i trwałości firmy, są środkami. Ocenianie działalności zredukowane do efektywności i ekonomiczności sprzeciwiałoby się chrześcijańskiemu stosunkowi do pracy wskazującemu na jej etyczny wymiar – „nie człowiek dla pracy, lecz praca dla człowieka”. Biznes jest więc wspólną działalnością ukierunkowaną nie tylko na zwrot zainwestowanych nakładów, ale także na właściwe wynagradzanie wszystkich współpracowników, którzy przyczyniają się do osiągniętego rezultatu<sup>11</sup>.

Podobny pogląd prezentuje Dennis P. McCann wówczas z tego samego katolickiego uniwersytetu DePaul w Chicago przekonany, że „ważną areną prakseologicznej refleksji nad wyzwaniem stawianym przez społeczeństwo wiedzy jest etyka biznesu. Ta prakseologiczna perspektywa analizy zagadnień etycznych wynikających ze stosowania wiedzy na skalę społeczną powinna wychodzić od uznania znaczenia religijnych wymiarów zmiany”<sup>12</sup>.

W sposób niezamierzony pogląd ten przypomina tezy opublikowane w dziele z początków XX wieku niemieckiego autora Georga Siemmela<sup>13</sup>. Siemel pisze, że „Największa antynomia wszelkiej historii ducha, polegająca na tym, że treści rzeczywistości ujmuje się i próbuje zrozumieć albo od strony ich przyczyn, albo od strony ich następstw, tj. przeciwieństwo między myśleniem przyczynowym a celowościowym, ma swój prawzór w różnicy naszych praktycznych motywacji: popęd lub spodziewana nagroda. Otóż pieniądz jest takim środkiem, który przeradza się w cel”.

[...] w rzeczywistości pieniądz, jako absolutny środek i przez to jednoczący punkt niezliczonych łańcuchów celów, posiada w swej psychologicznej formie znaczące powiązania właśnie z wyobrażeniem Boga, które odsłonić może naturalnie tylko psychologia, bowiem jej przywilejem jest niemożność popełniania błuznierstw. Głębszą istotą idei Boga jest to, że wszelkie różnorodności i przeciwieństwa świata osiągają w nim jedność, że wedle pięknych słów Mikołaja z Kuzy jest on *coincidentia oppositorum*. [...] Bez wątplenia odczucia, które wzbudza pieniądz, wykazują podobieństwo do tego. Kiedy pieniądz staje się coraz bardziej absolutnie wystarczającym wyrazem i ekwiwalentem wszelkich wartości, to wznosi się on na abstrakcyjną wysokość ponad całą różnorodność obiektów, staje się centrum, w którym najbardziej przeciwstawne, najbardziej obce, najodleglejsze rzeczy spotykają się, odnajdując to, co wspólne. [...] Wrogość okazywana pieniądzwowi przez postawy religijne i kościelne może mieć swe źródło w instynktownym dostrzeganiu podobieństwa formy psychologicznej między najwyższą jednią ekonomiczną a kosmiczną oraz w spodziewanym niebezpieczeństwie konkurencji, którą dla zainteresowań religijnych może stać się zainteresowanie pieniądzem. [...] uwidaczniają się punkty porównawcze, które nakazują Hansowi Sachsowi, powtórzenie powszechnie panującego poglądu, dochodzącego do wniosku, że „ziemskim Bogiem jest pieniądz” (*Geld ist auff Erden der irdisch Gott*)<sup>14</sup>.

---

<sup>11</sup> Tamże, s. 167.

<sup>12</sup> W. Gasparski, L.V. Ryan C.S.V., *op.cit.*

<sup>13</sup> G. Simmel, *Filozofia pieniądza*, Humaniora, Poznań 1997.

<sup>14</sup> Tamże.

Zdaniem protestantów „[...] etyka biznesu jest przede wszystkim etyką efektywności (efficiency). W im większym stopniu społeczeństwo jest cywilizowane, w tym większym stopniu działającą w nim firmę cechuje świadomość moralna. Zadaniem firmy nie jest tworzenie moralności dla całej reszty społeczeństwa, bowiem jedynie wolne i demokratyczne instytucje społeczne mogą to czynić. W równym stopniu jest obowiązkiem instytucji politycznych ustalanie reguł moralnych, co przestrzeganie ich przez firmy (companies) i respektowanie interesu publicznego, przez który są ściśle ograniczone”. [Pesque & Vergniol 1996]

S.K. Chakraborty, prezentujący etos indyjski, zachęca do zastąpienia dążenia do sukcesu ambicją doskonałości, co stwarza obiecującą szansę dla połączenia ludzkich wartości i praktyki działań ludzi. Taką postawę propaguje Indyjski Instytut Zarządzania w Kalkucie, odwołując się zarówno do religii, jak i wskazań Gandhiego.

### 3. Judaizm a biznes

Co zaś się tyczy podejścia charakterystycznego dla współczesnego judaizmu w traktowaniu biznesu, to Meir Tamari z Centrum Etyki Biznesu w Jerozolimie zwraca uwagę na fakt, że judaizm jest w znacznym stopniu prawodawstwem połączonym z religią. Z tego też powodu, mimo iż używa się w środowiskach żydowskich nazwy etyka biznesu, to właściwsze byłoby mówienie o działaniach zabronionych i obligatoryjnych. Te dwa rodzaje działań określone są i zalecane przez owe dwa nurty boskiego prawodawstwa i duchowości, sprawiedliwości i prawości charakterystyczne dla judaizmu. Gdy osoba staje przed boskim sądem, pierwszym pytaniem, jakie jest jej zadawane jest: „Czy uczciwie prowadziłeś biznes” [Talmud, Shabbat, 33b]. Człowiekiem kierują, bowiem dwie siły (*yetser*): dobre skłonności (*yetser hatov*) i złe skłonności (*yetser harah*). Ta druga skłania ludzi do działania przybierając nierzadko postać dobra. Tradycja judaistyczna jest antyutopijna i uważa, że wszystkie struktury czy to polityczne, czy społeczne, czy wreszcie gospodarcze są płynne. Dlatego powinny być pod kontrolą (prawa), czyli skłonności dobrej. Skłonność ta manifestuje się również w okazywaniu pomocy potrzebującym (*tsedaka*<sup>15</sup>) co wymaga zaangażowania (*mitzvah*).

Sześcioma najważniejszymi zasadami klasycznej judaistycznej etyki biznesu są: (1) legitymizacja działalności gospodarczej i zysku; (2) duchowe źródło i uświęcenie bogactwa; (3) wyróżniona pozycja ochrony świętości życia ludzkiego w podejmowaniu decyzji; (4) ochrona konsumentów przed krzywdą ze strony komercji; (5) unikanie przekupstwa i fałszerstw w handlu; (6) moralny obowiązek czynienia więcej niż tego wymaga prawo.

---

<sup>15</sup> W wywiadzie z Jaquesem Attali, autorem książki *Żydzi, świat, pieniądze* [2001], opublikowanym w „L'Express” Attali przypomina mowę Salomona wygłoszoną na otwarcie świątyni w X wieku p.n.e. Mówca odwołuje się do faktu, [...] że naród żydowski powinien bogacić się tylko po to, by wzbogacać innych i że może być szczęśliwy tylko wtedy, kiedy i ci, którzy go otaczają będą szczęśliwi. I na odwrót: poganom powinno zależeć na pomyślności ludu Księgo, który modli się za nich. I to właśnie w tych czasach ustanowiono podatek solidarnościowy – późniejszą *tsedaka* – pierwszy w historii podatek od dochodów, płacony według ściśle określonych reguł: nie mniej niż 10 i nie więcej niż 20 procent od dochodów. Pieniądze rozdzielano anonimowo wśród ubogich.” E. Conan, *Bogactwo Żydów*, wywiad z J. Attali, „L'Express” 10.01.2002, cyt. za „Forum” 2002, nr 6, s. 42–44.

Mimo, iż te talmudyczne zasady są obowiązujące dla kierujących się Torą Żydów ortodoksyjnych i Chasydów, wielu innych Żydów wyczulonych jest na te wskazania<sup>16</sup>.

#### 4. Islam a biznes

W islamie słowem najbliższym etyce jest *khuluq* tłumaczone także jako ‘charakter’. Do pewnego stopnia przypomina to greckie słowo *ethos* znaczące ‘zwyczaj’ (pisane jest wówczas przez epsilon), bądź ‘charakter’ (pisane jest wówczas przez etha) i to właśnie ten wyraz wiąże się z etyką jako nauką filozoficzną. W Koranie znajdujemy ponadto inne słowa związane z pojęciem dobra oraz dobrego zachowania. Są to *khayr* ‘dobroć’, *birr* ‘prawość’, ‘cnota’, *quis* ‘sprawiedliwość’, *adl* ‘równowaga’ i ‘prawość’, *haqq* ‘prawda’ i ‘poprawność’ oraz *taqua* ‘pietyzm’. Interpretacja tych pojęć w sytuacjach praktycznych wymaga wiedzy i doświadczenia, a one znawców. Znawcy tak oto streszczają podstawowe zasady etycznego systemu islamu. Działania i decyzje są uznawane za etyczne w zależności od intencji osoby, a te zna wszechwiedzący Allah. Dobre intencje i powodowane nimi działania są uznawane za akty cnoty: dobre intencje (*halal*) nie mogą powodować, by złe czyny (*haram*) stawały się dobrymi (*halal*). Zarabianie pieniędzy w uczciwy, czyli dobry (*halal*) sposób jest wyraźnie preferowane od chodzenia po prośbie. Od mahometanina wymaga się, by prowadząc działalność gospodarczą był uczciwy i prawdomówny, dotrzymywał słowa, kochał Allacha bardziej niż handel lub biznes, jakim się zajmuje, stawał wyznawcą islamu przed nie-wyznawcami, żył skromnie, korzystał z wzajemnych rad współwyznawców, nie oszukiwał, nie dawał, ani nie brał łapówek, postępował sprawiedliwie. Są to rady, jakich w nawiązaniu do przesłania Koranu udzielają współcześni islamscy etycy biznesu współwyznawcom<sup>17</sup>.

Aktualnie Caux Round Table prowadzi rozmowy z Wydziałem Ekonomii i Zarządzania Malezyjskiego Międzynarodowego Uniwersytetu Islamskiego w sprawie wykorzystania standardów CRT dotyczących Zasad Rządzenia (*Moral Government*) przy opracowywaniu etycznych standardów dla administracji państwowej odwołujących się do Koranu. Zagadnienie to wiąże się z koncepcją zwaną *Islam Hadhari*<sup>18</sup>, czyli Islamem cywilizacyjnym, jako teorią opartą na 4 zasadach Islamu czerpanych z Koranu. Koncepcję tę zainicjował Abdul Rahman w 1957 r. (pod inną nazwą), a obecnie jest wspierana przez premiera Malezji Abdullaha Ahmada Badawiego. Koncepcja ta wskazuje 10 następujących zasad: (1) wiara w Allaha, (2) prawe i spolegliwe rządy, (3) wolność i niezależność ludzi, (4) mistrzostwo wiedzy, (5) zrównoważona gospodarka, (6) wysoka jakość życia dla wszystkich, (7) ochrona praw mniejszości i kobiet, (8) integralność kulturowa i moralna, (9) ochrona środowiska naturalnego, (10) silna polityka obronna.

---

<sup>16</sup> R.M. Green, *Guiding Principles of Jewish Ethics*, [w:] S.W. Hermann, A. Gross-Schaefer (red.), *Spiritual Goods: Faith Traditions and the Practice of Business*, Philosophy Documentation Center, Charlottesville, VA 2001.

<sup>17</sup> R.I. Beekun, *Islamic Business Ethics*, International Institute of Islamic Thought, 1997; cyt. za R.A. Klees, *Ethics in Islam*, [www.islamic-path.org](http://www.islamic-path.org).

<sup>18</sup> Pojęcie to wywodzi się ze słowa *hadara* znaczącego zarówno ‘cywilizację’, jak i ‘życie osiadłe’; przez wprowadzenie tego pojęcia chodzi o odróżnienie islamu mieszkańców prowadzących życie osiadłe od islamu nomadów i Beduinów.

Współpraca Uniwersytetu Malezyjskiego z CRT cieszy się zainteresowaniem i wsparciem premiera Badawi'ego. Ma on nadzieję, że koncepcja Islam Hadhari zyska uznanie świata Islamu (Islam Ummah)

Rozwój ekonomii uprawianej przez muzułmanów związany jest z trudnością, jaką nastręcza kwestia *riba*, czyli oprocentowania i lichwy. Naliczanie lub otrzymywanie *riba* jest zabronione w islamie, co stanowi główny problem dla instytucji finansowych. Znaczący problem dla muzułmańskiego, dotyczy to zarówno Sunnitów jak i Szytów, zreinterpretowali zapisy Księgi w sposób umożliwiający funkcjonowanie banków pobierających procent oraz innych instytucji finansowych. Jednakże z religijnego punktu widzenia status oprocentowania daleki jest od rozwiązania, chociaż tradycja prawnicza zna pojęcia *maslahah* (dobro publiczne) oraz *la darar wa la dirar* (nie krzywdzić, nie szkodzić) wskazujące kierunek rozwoju islamskiej etyki biznesu<sup>19</sup>.

## 5. Uwagi końcowe

Niezależnie od różnic między religiami czynione są wysiłki dla porozumienia w sprawach działalności gospodarczej między religiami monoteistycznymi. Wysiłki te zaowocowały wspólną Deklaracją, stanowiącą międzywyznaniowy Kodeks Etyki w biznesie międzynarodowym dla chrześcijan, muzułmanów i Żydów. Prezentowałem ją na jednej z wcześniejszych konferencji organizowanych przez Salezjańską Wyższą Szkołę Ekonomii i Zarządzania przy okazji omawiania kodeksów etycznych.

W dniach 21–24 listopada 1985 roku odbywało się w Watykańskim Papieskim Uniwersytecie Urbaniaka sympozjum „Kościół i ekonomia jako e czynniki odpowiedzialne za przyszłość gospodarki światowej”. Na sympozjum tym ówczesny kardynał Joseph Ratzinger, obecnie papież Benedykt XVI, wygłosił artykuł zatytułowany „Gospodarka rynkowa a etyka”, w którym powiedział m. in.:

*„Długotrwała tradycja doprowadziła do tego, że fakt bycia chrześcijaninem traktują oni [ludzie biznesu, przyp. W. G.] częstokroć jako swoją sferę subiektywną, gdy tymczasem jako osoby czynne w dziedzinie gospodarki stosują się do praw jej właściwych; w nowożytnym rozdziale świata subiektywnego od obiektywnego obie te sfery jawią się jako wzajemnie od siebie izolowane. Tymczasem chodzi właśnie o ich zetknięcie – o to, by zbliżyły się do siebie w taki sposób, że nie będą ze sobą zmieszane ani też od siebie oddzielone. Ukształtowanie systemów gospodarczych i ich powiązanie z dobrem wspólnym zależy od dyscypliny etycznej, którą wytwarzać i podtrzymywać mogą jedynie siły religijne. Zanikanie takiej dyscypliny powoduje załamanie się praw rynku – to staje się rzeczą równie oczywistą. Polityka gospodarcza, nastawiona nie tylko na dobro pewnej grupy czy nawet jakiegoś konkretnego państwa, lecz na dobro wspólne rodziny ludzkiej, wymaga najwyższej miary dyscypliny etycznej, a tym samym najwyższej miary siły religijnej”<sup>20</sup>.*

---

<sup>19</sup> A. Sachedina, *The Islamic Roots of Democratic Pluralism*, Oxford University Press, Oxford 2001.

<sup>20</sup> J. Ratzinger, *Gospodarka rynkowa a etyka*, „Tygodnik Powszechny (Ucho Igielne)”, 23 października 2005, s. 11.



Podsumowując, stwierdzić należy, że działalność gospodarcza była i jest przedmiotem zainteresowania religii. Jest tak dlatego, ponieważ jest to działalność, od której zależy jakość życia ludzi. Religie pragną jednak, aby była to jakość życia wszystkich interesariuszy, a nie tylko jednego, wyróżnionego – czy wyróżniającego się – ich rodzaju. Dlatego nigdy zbyt dużo powtarzania słów Jana Pawła II skierowanych do, *pars pro toto*, prezesów Europejskich Konfederacji Przemysłowych: „[...] *żaden model postępu, który nie uwzględni etycznych i moralnych wymiarów działalności gospodarczej, nie osiągnie sukcesu w sercach ludzi Europy. Prymat „duchowości” w najszerszym sensie tego słowa jest zasadą, której ludy Europy nie mogą porzucić bez zadania gwałtu temu, co stanowi ich historyczną genezę i rozwój*”.

## **Religions and Business**

### **Summary**

Paper is devoted to the ethical issues of business as considered from the points of view of main religions: Christianity – Catholicism and Protestantism – as well as Judaism and Islam. Ethos of Hinduism and the Caux Round Table efforts to disseminate its principles in cooperation with the world of religion are also mentioned. John Paul II's and Benedict XVI's addresses to business leaders are recalled. Suggestion to establish partnership relations between clergymen and business people is pointed out.