

воспроизводством населения. Мероприятий, предлагаемых в рамках государственной политики народонаселения, недостаточно. Прежде всего вследствие их внешней направленности, в то время как результаты репродуктивного поведения зависят от принятия решения внутри домохозяйства. Следовательно, возникает научный интерес изучения данной проблемы через призму экономического подхода, который предполагает поиск эффективности при заданных параметрах системы.

Сегодня исключительно материалистическое толкование экономической науки Маршалом [например 3, 69] не может нами рассматриваться, как единственно верное. Оно затрагивает лишь часть жизни человека — его хозяйственную деятельность.

Альтернативное определение экономики, её предмета и сути дано Робинсом: «экономика — это наука, которая изучает поведение человека с точки зрения отношений между его целями и ограниченными средствами, допускающими альтернативное использование» [4, 18]. Используя данный подход, экономические методы могут быть применимы в решении множества вопросов современной науки, в том числе в анализе и управлении репродуктивным поведением населения.

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. / Государственное научное учреждение «Научно-исследовательский экономический институт». — Минск, 2015. — 143 с.
2. Беларусь: структура семьи, семейные отношения, репродуктивное поведение. Материалы для обсуждения. Предварительные результаты исследования. — Режим доступа: <https://belarus.unfpa.org/ru/publications/беларусь-структура-семьи-семейные-отношения-репродуктивное-поведение-предварительные>. — Дата доступа: 17.12.2018.
3. А. Маршалл. Принципы политической экономии. Пер. с англ. М.: Прогресс. — Ч.1. — 1983. — С. 418.
4. L. Robbins. An Essay on the Nature and Significance of Economic Science. 2nd ed. London: Macmillan, 1935, ch.1, p.1–23.

*Тоноян Артем Леонардович,  
магистрант МинДА*

## **Религия и вопрос нравственности**

Нравственность коренится в самой природе человека, прирождена нам и её основы заложены в нашем существе, и эти основы присущи всем людям. Эти основы сообщают человеку внутреннее требование: все в своей жизни согласовывать с нравственным чувством и нравственным законом.

Каждому человеку необходимо иметь правильное представление об основах семейной жизни, о воспитании детей, о том, как научить повзрослевшего человека самому строить свои отношения с окружающими его людьми. Развивая силы и способности своей собственной духовно-нравственной природы, привлекая богатство церковного опыта с его благодатной помощью, человек воспитывает в себе вкус к мыслям святым и правильным и учится создавать свой семейный дом в соответствии с традициями христианской культуры.

Под нравственностью человека принято понимать отношение человека к Богу, к другому человеку и к обществу людей.

В основании этих отношений лежит нравственное чувство добра и зла.

Базовый компонент христианской нравственности составляет Евангельское учение Господа нашего Иисуса Христа, ибо оно ориентирует человека на главную цель его жизни и на правила поведения, указанные Божественным Откровением.

Религиозно-нравственные жизненные нормы исходят из нравственного сознания человека, которое является существенной частью его религиозного сознания. Религиозное сознание касается всех его религиозно-нравственных норм. Эти нормы вытекают из религиозного сознания каждого человека и определяют его нравственность: отношение к Богу, к самому себе, к окружающим людям и к миру. Нравственность отвечает на вопросы: как жить, какого придерживаться поведения во всех своих жизненных отношениях. А религия — во что веровать и как веровать.

*Турбан Галина Владимировна*

*кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой международного бизнеса, БГЭУ*

### **Креативные индустрии — как фактор социально-экономического развития в глобализирующемся мире**

В современном мире креативная экономика начала выступать ведущим компонентом экономического роста, занятости, внешней торговли, инноваций и социальной сплоченности.

Для стран ЕАЭС на сегодняшний момент — это область новых возможностей для развития.

Принятым в современной экономике понятиям «креативная экономика», «креативная индустрия» предшествовала дискуссия о «культурных индустриях» в середине двадцатого столетия. В 1998 г. Департаментом культуры, медиа и спорта Великобритании было сформулировано официальное определение креативных индустрий как деятельности, «в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которая характеризуется потенциалом создания добавленной стоимости и рабочих мест путем образования и использования интеллектуальной собственности» [1, с.3].

По классификации ЮНКТАД креативные индустрии объединены в четыре группы: 1) культурное наследие; 2) искусство (культурные индустрии, арт-рынок); 3) медиа; 4) функциональный креатив (дизайн, программное обеспечение, реклама, культурные и рекреационные услуги и др.) [1, с.7].

В период 2003-2015 гг. среднегодовой прирост экспорта креативных товаров составлял 7,3%. Если в 2002 г. мировой экспорт креативных товаров был на уровне 208,5 млрд. долл. США, то в 2015 г. уже 509,8 млрд. долл. США [2].