

Ментальность современного российского бизнесмена: психологический аспект

Российская ментальность приобрела статус универсальной оправдательной причины неудач внедрения «правильных» теорий. Ей действительно нельзя отказать в праве считаться важнейшим фактором не только бизнеса, но и жизни в целом. Однако это не такой уж и изменчивый фактор. Менталитет формируется годами, поэтому ошибиться в его учете возможно, но только в случае его игнорирования либо использования обыденных, а не научных представлений.

Особый интерес представляют ответы на вопросы, что же такое российская ментальность, произошли ли какие-либо изменения в ней в последние годы и возникла ли новая ситуация в отношении именно ментальности бизнесмена. Несмотря на отдельные исследования (К.А. Абульханова, Р.Р. Енакаева, 1996; Г.В. Акопов, 2001; В.Ф. Петренко, О.В. Митина, 1997), с точки зрения конкретных фактов вопросы во многих отношениях остаются без ответов. Что же касается исследований именно ментальности бизнесмена, то эта проблема остается крайне малоизученной.

Мы попытаемся представить теоретические и некоторые эмпирические предпосылки психологических исследований ментальности российского бизнесмена, при этом будем исходить из того, что предпосылки исследований *российской* ментальности могут лечь в основу исследований ментальности *бизнесмена*.

Феномен ментальности

Ментальность определяют как социально-психологические установки, способы восприятия, интегрирующие весь социокультурный опыт индивида и определяющие принадлежность человека к тем или иным социальным группам (половым, возрастным, национальным, профессиональным и пр.), а также специфику отношения к миру.

Авторы многочисленных статей сходятся в том, что менталитет – это интегральная характеристика людей, живущих в конкретной культуре, которая позволяет описать своеобразие видения этими людьми окружающего мира и объяснить специфику их реагирования на него (И.Г. Дубов, 1993).

В статье речь пойдет о коллективном, а не об индивидуальном менталитете. Последний в этом контексте следует рассматривать как присвоенные конкретным индивидом специфические для данной культуры способности восприятия и особенности образа мыслей, выражающиеся в специфических для данной общности формах поведения и видах деятельности*.

Таким образом, условимся понимать ментальность как психосоциальное явление, совокупное сознание и поведение людей в части их верований, убеждений, желаний, ценностей, норм и действий. Причем сами люди рассматривают их как «правильные», «хорошие» или «необходимые». В таком контексте ментальность можно понимать также как аналог здравого смысла. Здравый смысл – это опыт и мудрость в одних отношениях, опора на культурные традиции – в других, банальность – в третьих. Кроме того, ментальность можно рассматривать в качестве регулятора жизни людей.

Анализируя понятие ментальности, можно выделить основные критерии для ее описания: системность, субъектность, деятельность. Идея применения субъектно-деятельностного подхода к проблеме ментальности заключается в следующем. Под неопределенным термином «ментальность» практичнее подразумевать «ментальность субъекта деятельности». Уровень субъектности будет определять уровень обобщения, на котором используется термин. Каждый уровень обладает своей спецификой и имеет дополнительное название, уточняющее масштабы и отличительные черты уровня. Если под субъектом понимать все человечество в целом, то ментальность человечества – это цивилизация. Если субъект – народ, то ментальность народа – это культура. Рассмотрение нации как группового субъекта деятельности приведет к словосочетанию «ментальность нации», которую чаще определяют как национальный характер. Субъект «страна» порождает ментальность страны, которая характеризуется общественным сознанием. Если в качестве субъекта выступает политическая группа или группа бизнесменов, то неизбежно возникновение политической ментальности или ментальности бизнесменов.

* В данной статье мы считаем нецелесообразным содержательно противопоставлять слова «менталитет» и «ментальность», рассматривая их, по существу, как синонимы.

Специфические характеристики ментальности можно вывести, исходя из ее определения. В широком смысле ментальность понимают как групповое сознание во времени и пространстве, что предопределяет четыре показателя: групповой, сознательный (психический), временной (исторический) и пространственный (территориальный). Принимая подобное определение, правомерно выделить феномен ментальности современного российского бизнесмена и провести его дальнейший анализ с позиций психологической науки.

Предпосылкой рассмотрения характеристик ментальности бизнесмена выступают психологические особенности российской ментальности, которые мы обозначим через сравнение с западной ментальностью.

Особенности российской ментальности

Как отмечают К.А. Абульханова и Р.Р. Енакаева, в течение нескольких столетий в российском общественном сознании существует имманентная потребность в объединяющей идее. Российскому общественному сознанию присущ идеализм: оно стремится к идеалу, является утопическим, примат веры доминирует над здравым смыслом и рационализмом. Западному рационализму противопоставляется российская духовность, индивидуализму – общинность, адаптированности – ценность человеческой личности, западной буржуазности – российское стремление к идеалу (К.А. Абульханова, Р.Р. Енакаева, 1996).

В настоящее время психологические особенности российской ментальности претерпевают изменения под действием социальных перемен. Формирование рыночных отношений в экономике, изменение общественной идеологии и морали, коренная ломка ценностей и смысла жизни у людей старшего поколения, развитие новых ценностных ориентаций и смыслов у молодежи – все это влияет на психологические особенности людей. Если в советском прошлом психологическим выигрышем для части населения была определенность, стабильность, некоторая уверенность в завтрашнем дне, то теперь она для многих утрачена. Как отмечал А.В. Брушлинский, временно почти все стало временным.

Каковы же типичные особенности российской ментальности в сравнении с западной?

Характеристики ментальности россиян в представлении философов

В ряде философских работ описываются следующие характеристики ментальности россиян*:

- *Глобальность, универсальность, разнообразие, попытки ассимилировать одновременно различные области* не только научного знания, но также и других проявлений человеческой деятельности (искусство, религия и т.п.). Часто это ведет к недостаточной специализации, низкой компетентности россиянина в какой-то одной конкретной области в отличие от западного работника, который выступает скорее как мастер деталей, но слепой по отношению к целому. С другой стороны, глобальность у представителя российской ментальности можно рассматривать как энциклопедизм или проявление всезнайства.

- *Интерес к целям при относительно слабом внимании к средствам*, методам, инструментам, что в результате приводит к фундаментальным теоретическим построениям, масштабным и грандиозным идеям. Так, многие проекты, в частности строительные, в русской, советской и российской истории воплощались путем колоссальных человеческих усилий и даже жертв. Иногда тяга к фундаментальности интерпретируется как следствие ограниченности материальных возможностей.

- *Высокая эмоциональность*, которая является основным двигателем, главным мотивом для некоторых видов деятельности, в частности творчества. Метафорически можно охарактеризовать русский характер и стиль деятельности скорее как «правополушарный», нежели «левополушарный».

- *Созерцательность* русского характера, которая проявляется в желании посмотреть, а не изучить и уж тем более не сделать.

Психологические аспекты российской ментальности

Несколько иной аспект российской ментальности исследуют психологи. С позиций информационной теории Л.Я. Дорфман, В.М. Петров, З.Я. Воробьева отмечают, что в основе российской ментальности лежит *синтетическое мышление*. Синтетизм в стиле мышления, социальной пер-

* В статье намеренно приводятся лишь отдельные характеристики российской ментальности, описываемые в философских работах.

цепции и поведении может обнаруживаться, по мнению авторов, по пяти параметрам (Z.Ye. Vorobieva, L.Ya. Dorfman, V.M. Petrov, 1992).

Первый параметр – *преобладание установки на обнаружение сходства против установки на обнаружение различий*. Как известно, синтез – это процесс объединения разных элементов, или организация отличающихся частей в единое целое. Простой пример синтеза – закон подобия, в соответствии с которым мысли, образы или слова более вероятно будут вызывать подобные же им мысли, образы или слова, чем какие-либо другие, неподобные.

Второй параметр – *преобладание установки на обнаружение целого против установки на обнаружение частей*. Российскую ментальность характеризует традиция мыслить, воспринимать, действовать скорее категориями целого, чем категориями отдельных частей. Причем самого себя человек осознает как часть или элемент чего-то большего, чем он сам. Это проявляется, например, в феномене групповой идентичности: обычно российские люди чувствуют себя комфортнее в группе, чем отдельно от нее, стремятся быть включенными в ту или иную группу, чем обособляться и быть независимыми. При обособлении же, видимо, возникает чувство незаконченности, незавершенности, неполноты.

Третий параметр – *преобладание установки на одновременность (мышления, действий) против установки на последовательность*. В личной жизни и личных планах многих россиян преобладает установка на одновременность. Метафорично ее можно выразить так: «много, все, без усилий, здесь и сразу же». Конечно, представители любой ментальности, не только российской, хотели бы жить по таким правилам. В чем же тогда различия? Дело в том, что в своей массе представители российской ментальности не делают (или не хотят, а возможно, и не могут сделать) принципиальных различий между своими фантазиями и существующей реальностью. Установка на одновременность, помноженная на идеал «сказочной» реальности «здесь и сразу же», проявляется, в частности, в гигантизме, с одной стороны, и метании на уровне реальных действий – с другой.

Так, в условиях советской «плановой экономики» подавляющее большинство трудовых усилий каждого года приходилось на декабрь, потому что для носителя сильной синтетической ментальности вовсе не очевидно, что конец года неминуем, равно как и необходимость выполнения годового плана. Эта необходимость становится очевидной только тогда,

когда конец года действительно близок. Точно так же в ходе крупных войн на территории России (в частности, в 1812 г. и в 1941 г.) не было очевидным, что враг может достичь Москвы, и только при приближении врага к столице начинали организовывать сражение... Мы могли бы привлечь к рассмотрению многие аналогичные факты и закономерности, свидетельствующие в пользу высокого синтетизма как русской культуры, так и ментальности.

Об установке на одновременность мышления и действий мы можем судить и по научным и литературным текстам, в которых нередко предложения оказываются очень длинными, содержат 3–5, а то и более мыслей.

Четвертый параметр – *преобладание зависти к другим против самодостаточности*. Представителям российской ментальности присуща скорее зависть к другим, чем самодостаточность. На первый взгляд, это положение можно оспорить: скажем, американцы тоже завистливы, и это действительно так. Чем же тогда отличается российская зависть от американской?

Зависть толкает американца быть богаче. Среднего россиянина зависть не толкает стать богаче; скорее она толкает одного россиянина сделать другого беднее. Как можно объяснить российскую зависть? Если качество жизни семьи соседа по дому сопоставимо с качеством жизни моей семьи, скорее всего, его можно оценивать как «хорошего» человека. Если качество жизни семьи соседа по дому несопоставимо выше качества жизни моей семьи, скорее всего, он «плохой» человек. Российская зависть замешана на отношении к другому человеку, а не к самому себе. Более того, эта зависть является результатом попытки одного человека «выровнять» другого человека: последний приводится в соответствие с уровнем качества жизни завистника. Вместо того чтобы повышать качество собственной жизни, завистник символически понижает уровень жизни человека, добившегося большего успеха, чем он сам. В таком контексте зависть есть производная от иллюзии подобия между людьми в ситуации его реального отсутствия.

Пятый параметр – *преобладание жертвенности против самосохранения*. Жертвенность проявляется прежде всего в ситуациях, когда одни люди помогают другим. Однако это не помощь по схеме «уступить пожилому человеку место в транспорте» и не помогающее поведение по типу «помогу товарищу сделать работу» или «не обеднею, если дам рубль ни-

щему». Жертвенность – это такая разновидность помощи одного человека другому, которая влечет за собой существенные потери, например, здоровья, времени, сил, денежных средств, а порой и страдания жертвующей стороны, включая различного рода угрозы ее самосохранению.

Жертвенность – типичная черта российской ментальности. Россияне жертвуют настоящим ради будущего. Жизнь в режиме ожидания – жертва настоящим – обнаруживается, в частности, в ситуациях обещаний: «ты будешь счастлив в будущем», «тебе повысят зарплату через год» и т.д. В таких ситуациях человека вынуждают терпеть, и он терпит. И если он терпит, значит, он проявляет жертвенность по отношению к своему настоящему. Видимо, не случайно на Западе говорят, что россияне имеют будущее и прошлое, но не имеют настоящего. Особенно жертвенность россиян проявляется по отношению к собственным детям.

Многие россияне до сих пор жертвуют собой ради интересов учреждения, предприятия или фирмы, в которой они работают. Если люди выходят на субботники, воскресники, «зеленые среды», остаются на работе после окончания рабочего дня или совершают нечто подобное, значит, они работают бесплатно. Тогда в их поведении проявляется не только покорность и страх наказания, но и жертвенность. Можно наблюдать жертвенность и в тех случаях, когда человек пренебрегает личными интересами ради интересов группы.

Мы рассмотрели те особенности российской ментальности, которые описаны в философских и психологических работах.

Психологические особенности ментальности современных российских бизнесменов

Итак, какие же особенности российской ментальности можно считать существенными для бизнеса?*

Один из параметров – *преобладание зависти к другим над самодостаточностью*. В общественном сознании, включая бизнес-сообщество, данная особенность характеризуется как массовая тенденция считать прибыль сначала в чужом кармане, а потом в своем. Трудно сказать, сколько

* Далее приводятся результаты исследований психологических особенностей представителей сферы бизнеса и управления без учета половозрастных и территориальных (столица, провинция) аспектов, а также уровня прибыльности организации.

обоюдновыгодных сделок расстраивается по этой причине. Одна договаривающаяся сторона может, например, не продать товар только потому, что другая на этом слишком много заработает. Вспомним довольно жесткую иллюстрацию, гротескно отражающую эту особенность: если американец построил просторный дом, то его сосед будет работать больше, чтобы построить такой же; если подобная ситуация сложится у нас, то этого человека скорее объявят непорядочным и нечестным, вором и мошенником. Не исключено даже, что в один прекрасный день его дом может внезапно загореться.

Следующая особенность – это неумение, а возможно, и *нежелание быть самостоятельным и свободным*, причем в ситуации не только принятия решения, но и несения ответственности за его последствия. Менталитет формируется годами, и у нас эти годы пришлись на эпоху двойных стандартов российского социализма. Громкие декларации и заявленные «правильные» цели благополучно сочетались с вполне жизненной практикой, делалось, в сущности, то, что можно было делать, а оформлялось, как того требовала общественная мораль. За эти годы свободная инициатива и ориентация на собственные силы, и так нетипичные для нашей ментальности, были подавлены, о чем свидетельствует красноречивое выражение «инициатива наказуема». В бизнесе этот фактор находит прямое отражение: в большинстве фирм, где владельцы управляют через исполнительных директоров, первые не готовы дать, а вторые не могут взять на себя ответственность даже за оперативные решения.

Иначе обстоит дело с представителями молодого поколения, у которых наблюдается *склонность к «фееричности»*. Их сознательная жизнь пришлась на эпоху переосмысления ценностей и ломки старых поведенческих алгоритмов. С одной стороны, основные императивы уже заданы родителями, с другой – ситуация открывает массу возможностей, для которых нет критериев оценки. В поисках новых ориентиров происходит обращение к западной культуре. Чаще в таких случаях первой усваивается атрибутика, а не суть. Легко принимается, что быть богатым – хорошо, но остается без внимания, что для этого надо работать. Формируется стереотип, как должен выглядеть и вести себя богатый человек, но упускается из виду, что демонстративное поведение характерно как раз для стремящихся к богатству, а не достигших его. В результате бизнесмены нового поколения ориентируются на быстрый успех, который измеряется в затратах на

предметы роскоши. Если это владельцы предприятий, то первые свободные суммы они инвестируют не в развитие бизнеса, а в «обстановку» собственной жизни, в «маркеры» успеха и богатства, понимаемые и принимаемые в подобном сообществе. Если это наемные работники, то их цель – стремительный карьерный рост.

Еще одна особенность ментальности российского бизнесмена – это *семейственность*, которая, в свою очередь, связана с мерой ответственности бизнесмена за результаты принятых решений. Родственные связи часто превалируют в делах над соображениями эффективности и целесообразности. Большинство руководителей скорее готовы взять на работу, например менеджером, брата жены шофера, обслуживающего фирму, чем человека с улицы. Логично предположить, что за вновь принятого человека в каком-то смысле отвечает работающий в фирме родственник. Тот момент, что профессиональные качества кандидата тоже могут быть важны для планируемой работы, отходит на второй план.

Таким образом, психологическое изучение менталитета представителей различных сообществ, в частности современных российских бизнесменов, является насущной потребностью. Результаты подобных исследований могут оказаться чрезвычайно полезными в практическом плане. Любая деятельность, связанная с воздействием на массовое сознание, будь то коммерческая реклама, политический маркетинг или бизнес-образование, нуждается в точном описании специфических для контингента воздействия характеристик ментальности. Остается надеяться, что возникшая общественная потребность даст толчок проведению столь необходимых масштабных психологических исследований.

Библиографический список

Абульханова К.А. Российский менталитет – или игра без правил? [Текст]: (российско-французские кросскультурные исследования и диалоги) / К.А. Абульханова, Р.Р. Енакаева // Российский менталитет / под ред. К.А. Абульхановой, А.В. Брушлинского, М.И. Воловиковой. М., 1996.

Акопов Г.В. Городская ментальность в структуре группового сознания [Текст] / Г.В. Акопов, Т.В. Иванова // Материалы конференции Российского психологического общества: в 8 т. М., 2001. Т. 1.

Бердяев Н.А. Судьба России [Текст] / Н.А. Бердяев. М., 1990.

Брушлинский А.В. Субъект ментальности и ментальность субъекта [Текст] / А.В. Брушлинский // Российский менталитет / под ред. К.А. Абульхановой, А.В. Брушлинского, М.И. Воловиковой. М., 1996.

Гершунский Б.С. Россия и США на пороге третьего тысячелетия [Текст]: опыт экспертного исследования российского и американского менталитетов / Б.С. Гершунский. = Russia and USA at the threshold of the third millennium: Investigation of Russian and American Mentalities. М., 1999.

Дубов И.Г. Феномен менталитета: психологический анализ [Текст] / И.Г. Дубов // Вопр. психологии. 1993. № 5.

Магун В.С. Трудовые ценности российского населения [Текст] / В.С. Магун // Вопр. экономики. 1996. № 1.

Мажуль Л.А. Этносы, культуры и специфика менталитетов: информационный подход [Текст] / Л.А. Мажуль, В.М. Петров // Информационный подход в науках о человеке / науч. ред. Г.М. Балим, В.М. Петров, В.П. Рыжов. Таганрог, 2001.

Оборина Д.В. Об особенностях ментальности будущих педагогов и психологов [Текст] / Д.В. Оборина // Вестн. Моск. ун-та. Сер.14, Психология. 1994. № 2.

Петренко В.Ф. Анализ динамики общественного сознания [Текст] / В.Ф. Петренко, О.В. Митина. М.; Смоленск, 1997.

Vorobieva Z.Ye. East – West [Text]: Convergence and integration of scientific mentalities / Z.Ye. Vorobieva, L.Ya. Dorfman, V.M. Petrov // Emotions and Art: Problems. Approaches. Explorations. Perm, 1992.

Н.С. Глуханюк, Е.В. Дьяченко

Психологические особенности предпринимательского потенциала и его активизация в системе бизнес-образования

Общая характеристика работы

Актуальность исследования. В условиях движения современной России по пути интеграции в мировое сообщество явно ощущается необходимость в прогнозировании способностей человека к освоению инноваций и их успешной реализации не только в какой-либо деятельности, но и в жизни в целом. Поэтому актуальным становится определение потенци-