

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ НРАВСТВЕННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ КАЧЕСТВ ЧЕЛОВЕКА В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Г. Д. Трухина

Калмыцкий государственный университет

Поступила в редакцию 1 октября 2009 г.

Аннотация: статья посвящена проблеме изучения человека-предпринимателя в культуре предпринимательства, а также исследованию его нравственно-психологической сущности с подчеркиванием этночного феномена, с приведением отдельных фактов нравственных качеств предпринимателя-калмыка, в которых важную роль играет буддизм, являющийся национальным компонентом. Говорится о том, что отечественное предпринимательство мало уделяет внимания социализации. Предпринимательская деятельность должна быть направлена не только на прибыль, но и на эстетику и формирование высоких качеств человека-предпринимателя.

Ключевые слова: человек-предприниматель, нравственно-психологическая сущность, этночный феномен, социализация, предпринимательская культура.

Abstract: the article focuses upon the problem of business people in business culture. The author explores their moral and psychological identity with a special interest in ethnic aspect of moral qualities of Kalmyk businessmen – people for whom Buddhism plays a special role in Kalmyk national culture. The article states that domestic business community does not pay enough attention to the problem of socialization. Business activities should be aimed not only at getting profit but also at esthetics and forming high moral qualities of businessmen.

Key words: businessman, moral and psychological identity, ethnic phenomenon, socialization, business culture.

Проблема человека в предпринимательской культуре содержит как теоретические, так и методологические аспекты: социальный, мировоззренческий, психологический, биологический. Каждый уровень можно охарактеризовать специфическими чертами и особенностями, в то время как все его части между собой связаны и составляют единое целое. Одним из ключевых моментов социализации человека является осознание им комплекса относительно стабильных принципов, норм, учреждений, регулирующих сферу человеческой деятельности, мировоззренческой позиции, среди которых важным элементом является предпринимательская культура. Предприниматель действует и принимает решения в условиях осмысления общественного бытия, которое сопровождается противоречиями, и он не всегда руководствуется юридической практикой. Зачастую интуиция подсказывает наиболее правильное решение или предохраняет от ошибочного решения. Интуиция – одно из качеств, которое присуще предпринимателям. Кроме того, существует несколько источников, на основе которых можно разработать этические нормы, которыми могут пользоваться как предприниматели, так и социальное сообщество, группы в системе идеальных феноменов. Настоящий бизнесмен всегда связан с высокой нравственностью. Нравственность вклю-

чает духовные качества личности, этику поведения в обществе, этику поведения в бизнесе. Из духовного потенциала личности можно выделить следующие качества: достоинство, милосердие, справедливость, независимость, мужество, благородство, совесть. Соблюдая этику поведения в обществе, предприниматель должен обладать и другими качествами: вежливость, терпимость, тактичность, уравновешенность, приветливость, доброта, чуткость, благожелательность, справедливость, опрятность, элегантность. Особо надо отметить этику поведения в области коммуникационных отношений, без которых в бизнесе не обойтись: порядочность, честность, обязательность, доверие. В современном обществе особенно актуальна проблема взаимосвязи и взаимозависимости этики бизнеса и нравственности предпринимателя.

Этика предпринимательства в настоящее время – одно из трудных и беспокоящих вопросов на протяжении процесса возрождения деловой жизни и культуры предпринимательства. Например, опыт крупного французского бизнесмена Алекса Москвича показывает, что выдающиеся дельцы, политики, актеры, писатели, режиссеры заслужили свою удачу, потому что шли к своей цели настойчиво и последовательно, по заранее продуманному проекту. Они никогда не становились мелкими спекулянтами, которые рано или поздно теряют свои нечестно зарабо-

танные деньги. Сектором удачи является неуважение к деньгам, потому что деньги должны все время работать и приносить прибыль. Рационалистическое отношение к предпринимательству, ставящее во главу угла логику и рассудок – необходимое условие успешного развития культурного предпринимательства.

Предприниматель чаще является гарантом и символом порядочности задуманной им идеи во всех деталях ее реализации. Поэтому настоящий предприниматель должен быть честным и порядочным, если же он будет мошенником, с ним ни одна серьезная фирма не пойдет ни на какие сделки. Датский предприниматель Джон Уортон разрабатывал проблему нравственности в предпринимательстве и использовал библейские заповеди. Для американских бизнесменов разработан целый пакет документов, которые обязывают бизнесмена честно вести свои дела. Всегда быть честным призывает библейская заповедь: не лги. Деловая этика подразумевает право каждого на частную собственность. Как показывает исторический ракурс купечества, русские купцы, как и французские, тоже «ударяли» по рукам, при этом никаких договоров не заключали, сделки совершались на чистом доверии. Деловые и этические нормы российского купечества вошли в легенды, когда миллионные сделки совершались без подписей и печатей, а только кивком головы. Слово купца было гарантом доверия. Предприниматели и промышленники дорожили своей честью и маркой своего завода, бизнеса. В наше время некоторые сделки совершаются также на данном слове, хотя это и небезопасно. Русские бизнесмены и промышленники, которые прославили свое имя: Морозовы, Демидовы, Третьяковы, умели ценить искусство и патриотизм, честь и достоинство своей профессии. Настоящий бизнес – это надежность и доверие в деловых отношениях. Конкуренция – это жесткая борьба, но она должна проводиться по честным законным правилам, где недопустимо обманывать делового партнера. В свое время Христос изгнал из храма купцов и менял, предназначив свою религию бедным, однако недавно Ватиканом было публично признано, что очищению души помогает заработанное богатство и оно ведет в рай, так что предпринимательство необходимо поддерживать, так как оно облегчает положение человека на этом и том свете.

Таким образом, религия, которой всегда были близки нравственные начала, признала бизнес и приняла к себе тех, кто сделал себя богатым. Регулятивная функция религии осуществляется определенными идеями, ценностями, установками, мнениями, традициями, обычаями. Наверное, постоянно будут спорить о том, что сложнее для человека: повиноваться Богу или собственной совести. Совершить благое дело, преодолеть совершенное зло можно, только его

испытыв, и сознательно от него отказаться. Учитывая современное положение в России, когда роль традиционной культуры и религиозного воспитания повышается, проблема установления способов влияния религии на бизнес является очень важной. Этничность – глубокое чувство принадлежности к своему народу, к определенной культурной, религиозной, исторической традиции – играет определенную роль в культуре бизнеса. Многие предприниматели Калмыкии соблюдают национальные традиции буддизма, православия и других религий. Воспитание человека происходит в межличностной коммуникации на любой культурной почве и с высокой степенью эффективности. Вопросами предпринимательской нравственности занимались и философы античного периода Аристотель, Сократ, Фалес, Периандр. Прекрасны слова Фалеса, который говорил: «Не красуйся наружностью, но будь прекрасен делами. Не наживай богатства нечестным путем» [1, с. 155]. Периандр утверждал: «Бесчестная прибыль обличает бесчестную натуру» [2, с. 131]. Аристотель считал, что нравственность – это приобретенное качество души, от природы нам дается только возможность приобрести добродетель. Мудрец подчеркивал следующее: «Всякий в известном отношении виновник собственного характера» [1, с. 49]. Человек становится справедливым, совершая справедливые дела; умеренным, поступая умеренно, мужественным – действуя в опасных ситуациях и привыкая не испытывать страх. Любого человека можно сделать храбрым, если с молодости приучать не бояться опасной ситуации – это дело воспитателя. По мнению Аристотеля, таким воспитателем является государство и его законодатели. Однако Аристотель просто недооценил природное психофизиологическое неравенство людей. Он смешивал разные категории: привыкнуть повиноваться закону, значит, бояться закона, и привыкнуть бояться опасности – это не одно и то же. Аристотель подробно разбирал добродетели характера и этоса. Этическую добродетель Аристотель определял как «середину двух пороков» – избыток и недостаток. Так, щедрость – середина относительно траты денег и приобретения, где избыток – расточительность, а недостаток – скупость. Однако такие категории, как прелюбодеяние, воровство, не имеют середины – это в любом случае безнравственно. Разбирая тезисы Сократа, Аристотель задавал вопрос: «Какова роль знания в формировании добродетели?» По мнению Сократа, «никто, обладая знанием, не станет противодействовать добру» [1, с. 2]. Аристотель считал, что данный тезис противоречит фактам: иметь знание о добре и зле и пользоваться им – не одно и то же. Порочные люди намеренно не пользуются знанием; невоздержанные, зачастую холерики, ненамеренно, в состоянии аффекта забывают обо всем. Надо полагать, что

Сократ неправ, ибо он считал, что «добродетели суть качества разума (т.е. все они знания)». Человек должен знать, что хорошо, а что плохо, хотеть следовать благу и уметь ему следовать. Сократ считал, что самопознание и связанное с ним постижение природы добра вполне достаточны, чтобы стать добродетельными. Аристотель же полагал, что интеллектуальное постижение природы нравственности необязательно сопровождается убеждением и желанием поступать хорошо. Для обретения добродетели требуется еще моральная устойчивость и эмоциональная убежденность. *Итак*, надо, чтобы в наличии был нрав, заранее подходящий для добродетели, любящий прекрасное и отвергающий постыдное.

Таким образом, налицо полное расхождение между Сократом и Аристотелем по вопросу о значении воли, о возможности проявления слабости и невоздержанности в поступках человека. Человек, ведая о лучшем, выбирает худшее, зная о дурных последствиях своих поступков, все-таки не удерживается от соблазна и страсти. В «Этике» Аристотель из этических добродетелей называет благоразумие, мужество, справедливость, рассудительность. Подход Аристотеля к вопросу о нравственности человека вполне приемлем в предпринимательстве, так как этические добродетели принадлежат всем, но в разной степени.

Цель предпринимательской политики самая высокая – воспитательная и состоит в том, чтобы привить гражданам хорошие качества и сделать их людьми, поступающими прекрасно. Человек противоречив и представляет собой крайне эгоистичное существо, которое стремится к почестям и богатству; поскольку блага не могут быть поделены поровну, конкуренция и соперничество – единственные формы взаимодействия в рамках общества. Современный социолог Ральф Дарендорф считает, что объектом интереса и социальной нестабильности является власть, а не капитал. Человек и общество неразрывны, так как взаимодействие между людьми происходит в обществе и крушение традиционных норм в обществе приводит к серьезным конфликтам. Р. Дарендорф в свое время разрабатывал теорию конфликта. В бизнесе, как и в других сферах человеческого, могут возникать разные формы конфликтов: межличностные, межэтнические, внутриличностные и т.д. Предприниматель должен уметь налаживать отношения с партнерами по бизнесу, с подчиненными, привлекать подчиненных к решению возникших проблем, советуясь с ними, проявлять уважение к их мнению, разрешать конфликтные ситуации, уметь тактично вести переговоры. Так, менталитет предпринимателя-калмыка основывается на уникальности этносоциального, культурного наследия, свободе творчества, здорового образа жизни, уважении духовного наследия других народов, проживающих на территории Калмыкии. В

структуру менталитета калмыка-предпринимателя входит единичное и целое, индивидуальное и общественное, этносное и субэтническое, эмоциональное и рациональное, иррациональное и сознательное и что-то особенное. С учетом природной среды обитания калмыков, их полукочевого, полуседлого образа жизни и торговли продуктами животноводства этническое своеобразие заметно отразилось на мировоззрении данного народа. Традиционный этнотип калмыков «сформировался под воздействием кочевого военного образа жизни, природно-климатических условий степи и буддийской веры» [3, с. 11]. В калмыцком менталитете присутствуют такие качества, как смелость, отвага, решительность. Буддизм непосредственно оказывал воздействие на предпринимателей-калмыков, однако не смог изгнать дух мужества, свободы, изначально им присущий. Вследствие этого в менталитете калмыка-предпринимателя соединяются дерзость и спокойствие, бунтарство и индифферентизм, беспокойство и невозмутимое спокойствие духа. Сущность человека-предпринимателя представляет определенную бытийную духовную структуру, указывает на образующие ее отношения и компоненты. Менталитет калмыка-предпринимателя – это сложное образование, которое включает особенности экономического, социального, политического и культурного бытия. Однозначного понятия, точно выражающего суть менталитета калмыка-предпринимателя, не имеется и требуется дальнейшее его осмысление, основой базис которого социокультурологический и антропологический.

В конце XX в. именно с предпринимательством стали связывать не только достижения материальной культуры общества, но и прогресс вообще. Первоначально в XVIII в. предпринимательство рассматривается как деятельность, связанная с риском и направленная на извлечение доходов, а предприниматель – это собственник капитала (А. Смит, Д. Риккардо, Р. Котильон). По мере усложнения предпринимательской деятельности и обособления функций собственности и управления содержательный момент предпринимательства переносится в сферу организации производства и управления (Ж.-Б. Сэй, Дж. С. Милль). Развитие этих представлений неоклассической теории приводит к интерпретации предпринимателя как менеджера, управляющего производством. Й. Шумпетер писал: «...функция предпринимателей заключается в том, чтобы реформировать или революционизировать производство, используя изобретения, или, в более общем смысле, используя новые технологические решения для выпуска новых товаров или производства старых товаров новым способом, открывая новые источники сырья и материалов или новые рынки, реорганизуя отрасль» [4, с. 33]. Траектория предпринимательства как новаторства, а пред-

принимателя как лица, являющегося движущей силой прогрессивных изменений в экономике, соответствующая этапу развертывания научно-технической революции. Одной из экономических функций предпринимательства является содействие установлению рыночного равновесия. Можно сказать, что социально ответственный бизнес есть, но он недостаточно развит и требует исследования. Большинство российских компаний не имеет высокого уровня культуры социально ответственного бизнеса. Выполнение налоговых обязательств (уплата налогов – это показатель социальной ответственности бизнеса) непосредственно влияет на жизнь граждан бюджетной сферы. Исследования последних лет показывают, что в настоящее время наиболее дальновидные представители деловых и политических кругов стран Запада начинают осознать, что неолиберальная модель корпоративного поведения, ставящая во главу угла эгоистические интересы собственников и менеджмента, грозит свергнуть отдельные страны и регионы и человечество в целом в серию кризисов и катастроф, которые не пощадят и сами корпорации. В социально ответственном поведении российским предпринимателям не хватает сознательного принятия поведения не как некоей аномалии, временных и вынужденных «трат», а целеустремленной стратегии, направленной на экономическое и социальное благополучие граждан.

дан. Автор теории социально ответственного поведения бизнеса Джозеф Галаскевич полагает, что основная мотивация поведения заключается в борьбе за социальный статус, который приобретает в процессе дарения.

Из проанализированного материала следует вывод о том, что вопросы нравственности в области предпринимательской культуры всегда актуальны. Вместе с культурным наследием нормы поведения предпринимателя переходят из поколения в поколение, при этом религиозные законы морали и нравственности сохраняются и модернизируются, но более важна социализация предпринимателей. Автор статьи не претендует на завершенность поднятых вопросов и продолжает работать в этом направлении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чанышев А. Н. Аристотель / А. Н. Чанышев. – 2-е изд., доп. – М. : Мысль, 1987. – С. 154–161.
2. Кессиди Ф. Х. Сократ / Ф. Х. Кессиди. – 2-е изд., доп. – М. : Мысль, 1988. – 131 с.
3. Барангов А. Б. Социальная ответственность предпринимательства: региональный аспект / А. Б. Барангов ; под ред. Э. И. Мантаевой. – Элиста : Изд-во КГУ, 2006.
4. Томилов В. В. Культура предпринимательства / В. В. Томилов. – СПб. : Питер, 2000.

*Калмыцкий государственный университет
Трухина Г. Д., аспирантка кафедры философии
Тел.: 8-917-681-40-77*

*Kalmyk State University
Trukhina G. D., Post-graduate Student, of Philosophy
Department
Tel.: 8-917-681-40-77*