

## О психологических проявлениях отрицательной ментальности у предпринимателей

*А. В. Посохова*

*Московский технологический университет (МИРЭА)*

Обоснована важность и значимость психологического изучения проявлений отрицательной ментальности в деятельности отечественных предпринимателей. Раскрыто смысловое и психологическое содержание отрицательной ментальности, психологические особенности отдельных видов ее проявления и некоторые психологические причины ее формирования. Доказано, что роли отрицательной ментальности в психологических исследованиях личности и деятельности предпринимателей уделяется недостаточное внимание, особенно в плане ее влияния на конкурентоспособность предпринимателей.

*Ключевые слова:* предприниматель; конкурентоспособность; менталитет; ментальность; отрицательная ментальность предпринимателей.

С момента формирования нового «класса собственников» (российских предпринимателей) не утихают споры относительно их личностных и профессиональных качеств, социальной ответственности, роли в развитии нашего общества. Это отражается и в психологических исследованиях. Первые исследования личности и деятельности отечественных предпринимателей в 1990-х гг. носили преимущественно мажорный комплиментарный характер (И. В. Антоненко, Р. А. Белоусов, А. В. Бояринцева, Е. В. Дьячкова, О. В. Дордукова, Л. Н. Жерелина, А. Л. Журавлев, Р. Л. Кричевский, О. Н. Маркова, В. В. Марченко, А. Н. Мешалкин, В. П. Позняков, С. К. Рошин и др.). Весьма высоко оценивались практически все личностные и профессиональные качества, констатировалось наличие позитивных мотивов и личностных смыслов, делался упор на прогрессивном характере деятельности и отношений.

Вероятно, в этом случае срабатывал социально-психологический феномен новизны.

В дальнейших исследованиях, проводимых с учетом предпринимательской практики, появились более объективные оценки, в том числе содержащие критические высказывания. В частности, особенно отмечалось, что в ситуации с большой выгодой для многих предпринимателей характеры проявления низкого уровня ответственности, ненадежности, неразборчивости в средствах достижения поставленных целей (Е. В. Дьячкова, А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко). Проведенные косвенные исследования конфликтов в предпринимательских структурах также подтвердили эти результаты. Было показано, что независимо от вида конфликта многие предприниматели ориентированы исключительно на материальные выгоды и пренебрегают ради этого принципами справедливого разрешения проблемы (О. М. Никитина, И. А. Смирнова).

© Посохова А. В.

Наличие некоторых типичных отрицательных личностных качеств у представителей профессиональной и социальной группы отмечено в исследованиях имиджа и деловой репутации (О. В. Дордукова, С. В. Сеин, М. Н. Титова и др.). Обобщенный имидж отечественного предпринимателя характеризуется высокими позитивными оценками личностно-профессиональных качеств и низкими (часто резко отрицательными) оценками нравственных качеств и отношений. Последнее позволяет утверждать, что в целом имидж является негативным и порождает соответствующее отношение к отечественным предпринимателям, о чем свидетельствуют результаты проводимых социологических опросов.

Существенный вклад в формирование отрицательного имиджа предпринимателей вносят и средства массовой информации, в которых доминируют сведения о нечистоплотности деятельности, обмане потребителей с целью личной наживы. При этом позитивным примерам отводится намного более скромное место.

Отрицательные личностно-профессиональные характеристики стали отмечаться в разработке психологических типологий. Установлено, что предприниматели воспринимают себя в качестве состоявшихся личностей, добившихся в той или иной степени своих главных целей. Они весьма уверены в себе, имея материальное обеспечение и статусные социальные позиции, гордятся своими достижениями, стремятся повышать интеллектуальный и профессиональный уровень. Считают себя «продвинутыми», коммуникабельными, целеустремленными и энергичными людьми. Вместе с тем у многих предпринимателей довольно завышенная самооценка часто сочетается с избирательной оценкой других людей, в которой доминирует критерий полезности.

В психологических исследованиях отмечено преобладание стремления предпринимателей особо подчеркивать трудности и преграды в деятельности, нервно-психические и энергетические затраты при ее выполнении. Однако они умело избегают обсуждения нравственных и этических сторон предпринимательства. Отчетливо заметны желание явно или неявно подчеркнуть свое превосходство, проявление эгоцентрической направленности личности, узости социальных интересов.

Интересны результаты, полученные с помощью психологической диагностики, особенно тестирования с использованием ММРІ и 16PF [1]. Выявлены следующие качества: осторожность и недоверчивость, стремление к соперничеству при декларативной направленности на сотрудничество, невысокая моральная нормативность регуляции поведения и деятельности, стремление следовать имиджевым ролям.

В разработанных типологиях и классификациях предпринимателей выделяется эксплуататорский тип личности.

Отмеченные выше психологические особенности обусловили проведение специального исследования проявления отрицательной ментальности по факторам менталитета: нормы морали, склад ума, характер чувств и способ мышления, мировосприятие личности как представителя определенной социальной и профессиональной группы. Соответственно, ментальность предпринимателей представляет совокупность психических свойств, складывающихся в процессе адаптации к социальной и профессиональной конкурентной среде. Методы исследования: анализ публикаций по проблеме, экспертное оценивание и интервьюирование.

Представим типичные высказывания: «Предприниматели очень редко бывают робкими и застенчивыми людьми.

Они изобретательны, нетерпеливы и раздражительны. Они упрямы и настойчивы, нацелены на решение своих проблем. Они не боятся все начать сначала. Все они делают сами. Они не обязательно хороши во всем. Они не думают, что идут на большой риск. Они противоречивы, они чувствительны к риску. Их трудно запугать. Они упрямы и капризны. Вот кто такие предприниматели!» [2, с. 147—148]. Как подчеркивает классик теории экономического развития австрийский экономист Й. Шумпетер, «...в состоянии предпринимательской активности нельзя пребывать долго. Это особый вид поведения в момент, когда условия хозяйственной среды требуют отступления от обычных правил и рождается новый момент, правила работы в котором неизвестны» [3, с. 78].

В данном высказывании речь идет о предпринимателях Центральной Европы с их высоким уровнем законопослушания. Предприниматели России работают в условиях «переходного периода» и «фазы первичного накопления капитала», отсюда эти «отступления от обычных правил» принимают гораздо более серьезные формы [4]. Такие особенности способствуют формированию черт отрицательной ментальности. Теоретический анализ проблемы, экспертные опросы позволили отметить важнейшие ее проявления в деятельности, поведении, отношениях, особенностях направленности личности и пр. Раскроем содержание некоторых из них.

1. Невысокий уровень моральной нормативности поведения, «плавающие» моральные нормы и стандарты, отмеченные у социально незрелых предпринимателей с «узкой» мотивационно-смысловой сферой, ориентированных на сугубо материальные интересы с критериями «выгодно — не выгодно».

Такие признаки приводят к формированию двойных стандартов в деятельности и отношениях и, как следствие, двойной морали, что ухудшает профессиональное и экономическое взаимодействие деловых партнеров, снижает конкурентоспособность.

2. Низкая моральная нормативность поведения и отношений приводит к снижению ответственности. Вместе с тем полностью безответственным предприниматель быть не может из-за многообразия профессиональных связей и взаимодействий. Поэтому весьма распространенной является так называемая выборочная ответственность перед «верхами» или перед теми, от кого можно ждать крупных неприятностей. В то же время наблюдается безответственность перед партнерами или подчиненными. Следует помнить, что безответственность вызывает адекватную реакцию со стороны других людей: «Раз он так с нами поступил, значит, и мы можем с ним поступить так же». Это уже реальная угроза положению и статусу предпринимателя.

3. Завышенная неадекватная самооценка, формирование комплиментарного образа «Я-предприниматель», а также комплекса непререкаемого авторитета, пренебрежительного отношения к людям, персоналу организации за исключением тех, в ком предприниматель нуждается в данный момент. Такое состояние провоцирует авантюрные, неоправданно рискованные действия, препятствует объективному анализу содеянного, способствует формированию экстерналистского локуса контроля. Завышенная самооценка ухудшает морально-психологический климат в организации, является причиной возникновения эмоциональных конфликтов, снижает уровень корпоративной культуры.

4. Эгоцентрическая направленность личности, действие по схеме «только для себя», что блокирует интересы людей, включенных во взаимодействие с предпринимателем.

5. Завышенная самооценка и недостаточная ответственность провоцируют развитие еще одной черты отрицательной ментальности — упрямства и нежелания признавать свои ошибки. Упрямство выражается в стремлении поступать по-своему, вопреки разумным доводам, просьбам или советам даже весьма авторитетных людей. Это не только нежелание признавать свои ошибки и устранять их отрицательные последствия, но и позиционирование ошибок как достижений. Никакие доводы не помогают, не принимаются во внимание никакие аргументы. Позиция твердая: «Я поступил правильно, это было единственно верное решение, а кто этого не понимает, тот...». Предприниматель продолжает стоять на своем, проявляя удивительное, хотя и неуместное, упорство, которое приводит к снижению эффективности его деятельности. Упрямство всегда вызывает негативную реакцию со стороны окружающих, в особых случаях чувство обиды и гнева, враждебное отношение и стремление отомстить.

Каковы психологические причины проявления отрицательной ментальности предпринимателей? Их много. Они преимущественно связываются с ценностной ориентацией личности, а также с действием психологического механизма интериоризации и пр. Однако есть и другая значимая причина. В ситуации конкурентной борьбы доминирует тревожное состояние, или состояние непродуктивной психической напряженности, обусловленное опасениями, страхом перед неудачами, ведущими к снижению конкурентоспособности

и потере прибыли. В процессе постоянной конкуренции у некоторых предпринимателей вырабатываются специфические способности, позволяющие выдерживать большие психологические нагрузки и одновременно сохранять рациональность в поведении и деятельности. Тем не менее возникает потребность снять психическую напряженность, избавиться от нее. Для этого используются психологические методы управления своим состоянием, волевая закалка и пр. Но даже самые эффективные из них не ликвидируют причины. У некоторых предпринимателей с выработкой волевых качеств возникают затруднения, поэтому они склонны искать «обходные пути», которые проявляются в следующем:

— в достижении преимуществ перед конкурентами за счет более эффективной в профессиональном отношении деятельности (это сложный путь, требующий значительных интеллектуальных и материальных затрат, а главное, затрат времени);

— в черном пиаре по отношению к конкуренту (заказные публикации или передачи в электронных СМИ и пр.) в целях его дискредитации и снижения конкурентоспособности;

— в физическом устранении конкурента;

— в умении «заинтересовать» должностных лиц государства, чтобы получить преференции и тем самым обойти конкурента [4].

К сожалению, проявления отрицательной ментальности у предпринимателей в нашей стране широко распространены, формируют устойчивое негативное отношение к ним, вредят их деятельности, снижают уровень конкурентоспособности. Предпринимателям необходимо осознать негативные последствия и принять меры по исправлению ситуации.

### Литература

1. **Зыбкин В. Г., Эштейн В. А.** Психологические характеристики успешных российских предпринимателей // Качество жизни и российское предпринимательство: мат-лы III Всеросс. науч.-практ. конф. М.: ВНИИТЭ, 2001. С. 86—89.
2. Как добиться успеха: практические советы деловым людям / Под ред. В. Е. Хруцкого. М.: Политиздат, 1991. 509 с.
3. **Schumpeter J. A.** The theory of economic development / Transl. from the German by R. Opie; with a new introd. by J. E. Elliott. New Brunswick; London: Transaction Publ., 2012, LXIV, 244 p.
4. **Зыбкин В. Г.** Психологические особенности коррупции. М.: МГАДА, 2010. 80 с.
5. **Климова Е. К.** Профессиональная деятельность предпринимателя: психология успеха. СПб.: Скифия, 2014. 206 с.: ил., табл., схемы.
6. **Посохова А. В.** Конкурентоспособность предпринимателей (психолого-акмеологические аспекты проблемы). М.: АПКИППРО, 2014. 128 с.
7. **Посохова А. В.** Конкурентоспособность предпринимателей: результаты психолого-акмеологического экспертного оценивания // Человеческий капитал. 2014. № 8 (68). С. 64—67.
8. Психология неконкурентоспособного предпринимателя / В. Г. Зыбкин, С. Л. Кандыбович, А. В. Посохова, М. Ф. Секач. М.: Психотерапия, 2016. 260 с.

**Посохова Анастасия Владиславовна** — кандидат психологических наук, доцент кафедры педагогики и психологии Института кибернетики Московского технологического университета (МИРЭА). **E-mail:** [aposoхова@mail.ru](mailto:aposoхова@mail.ru)