

УДК 130

Проценко А. А.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ЭТОС: ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА, МЕСТО В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАТИВНОСТИ

Статья посвящена философской интерпретации феномена «предпринимательский этос», рассмотрению условий его возникновения, существенных характеристик, места в социальных отношениях и адаптационных возможностях личности.

Ключевые слова: предпринимательство, этос, этика, личность, деловые отношения, поведение, образ жизни.

Стаття присвячена філософській інтерпретації феномену «підприємницький етос», розглянуто умови його виникнення, сутнісні характеристики, місце у соціальних відносинах та адаптаційних можливостях особистості.

Ключові слова: підприємництво, етос, етика, особистість, ділові відносини, поведінка, образ життя.

The article deals the philosophical interpretation of phenomenon «business activity». The conditions of it origin, it essential description, it position in social relations and adaptive ability of personality are considered.

Key words: business undertaking, ethos, ethics, personality, business relations, behavior, mode of life.

В настоящее время феномен предпринимательства имеет широкий спектр междисциплинарных исследований, среди которых исторический, экономический, социологический, психологический. Однако при всей совокупности вышеобозначенных подходов к его анализу именно философский вызывает к себе повышенный интерес. Это связано, прежде всего, с тем, что философия манифестирует именно те проблемы, разработка которых связана с перспективным состоянием социума, выживанием человечества в целом. Философский анализ предпринимательства позволяет в единой системе обозначить круг вопросов, наиболее характерных для современного состояния общества, отмеченного рыночной экономикой, выявить причины кризисных ситуаций, переживаемых личностью и обществом в целом, и указать на возможные пути их преодоления или, по крайней мере, предупреждения негативных последствий.

В числе уже обозначенных и в некоторой степени изученных проблем

имеют место такие, которые связывают феномен предпринимательства с историей национальной культуры и вероисповеданием (Н. Зарубина), с организацией корпораций и управлением ими (М. Дерябина, А. Пригожин), с формированием корпоративной культуры и трансляцией ценностей трудового коллектива (О. Салтыкова, С. Луков) а также с выявлением этической стороны предпринимательства. Однако при этом к еще малоизученным вопросам в современной гуманитарном знании относятся те, которые артикулируются в связи с предпринимательским этосом. В связи с этим целью данной статьи является обозначение смысловых границ и функциональных проявлений предпринимательского этоса в проблемном поле философии.

По сравнению с «этикой» термин «этос» не имеет такого широкого использования, хотя и близок ему по звучанию и по смыслу. Их соотношение можно обозначить как общее и особенное. И этос, и этика связаны с представлениями о характере и поведении человека. При этом этика выявляет, главным образом, их нормативно-регулятивный потенциал в области морали, в то время как этос указывает на нравы, куда включаются и характеристика поведенческой стратегии в целом, выраженная в стиле и образе жизни, в целеполагании, как некой житейской мудрости, наделяющей жизнь людей рациональной упорядоченностью. Этос включает в себя и чувственно-эмоциональную бытийственность ментальной направленности, транслируемую в стереотип поступков. Именно такую позицию в интерпретации этоса занимает венгерский исследователь Е. Анчел, кстати, одна из первых обратившаяся к системному исследованию феномена «этос». По ее мнению, этос содержит в себе моральные составляющие, которые однозначно и в полной мере не проявляются в повседневной жизни, но в «снятом виде» обусловлены устойчивой потребностью человека к упорядоченности своей жизнедеятельности [1, с. 11–14]. В определенном смысле этос можно представить как изначальное социальное условие, которое программирует поведение человека в его целеустремленности. «Этос, – пишет Э. Анчел, – не наделен силой, дающей возможность властвовать, управлять, и, тем не менее, он властвует. И существование, и деятельность этоса невозможно прекратить» [1, с. 11].

Польский автор М. Оссовская связывает этос с вполне определенным образом жизни, возникшим и определившимся в качестве самостоятельной единицы социального взаимодействия в конкретных исторических условиях. По сути этос есть результат изменяющейся социальной действительности с ее корреляциями в хозяйственно-экономической и, соответственно, духовной жизни общества, которые воплощаются в устойчивые поведенческие образцы, идеалы. М. Оссовская в работе «Рыцарь и буржуа» подробно останавливается на описании этоса рыцарства, монашества, купечества, буржуа, где основное

внимание уделяет морально-этической компоненте, воплотившейся в кодексах, катехизисах, сводах. А ведь наряду с последней присутствовали и другие, такие как традиции, привычки, приоритеты, вкусы и прочее, которые образовывали уникальную ментальность сообщества, группы, профессионального объединения.

Развивая это положение, следует заметить, что этос активно влияет на самоидентификацию личности, коллектива, социальной общности. В этом процессе обнаруживается формирование внешнего образа, имиджа, возникает устойчивый набор символических обозначений, через которые субъект манифестирует свое целеполагание, конкретные ценностные ориентиры, вполне определенные чувственно-эмоциональные переживания.

В свете изучения предпринимательства особенно конструктивной является идея М. Оссовской о формировании «личностного образца», который предстает как некий устойчивый набор черт характера, ценностно-оценочной иерархии, визуальной стороны поведенческой активности, воплощенной в манерах и отличающей, скажем, дипломата от лавочника, торговца. В личностном образце заложен механизм уподобления и различия, который лежит в основе социокультурных практик. Здесь М. Оссовская использует примеры, взятые из трудов У. Мак-Даугал: «Англичане не жестикулируют и не бросаются друг другу в объятия на улице, ибо так поступают французы. Люди из общества не одевали лучший костюм в воскресенье, ибо так поступали работяги из простонародья. Антиобразцы нередко „сотрудничают” с образцами: ведь мы случаемся, подражаем одним, чтобы отличить себя от других» [8, с. 30].

Касаясь смыслового поля понятия «личностный образец», М. Оссовская выделяет в нем такие обязательные составляющие: систему норм, ограничивающих поведенческую активность личности, этап в ее совершенствовании, ставшей эталоном, наличие визуальной опознавательной структуры, которая вызывает к подражанию и является объектом притязаний. Принимая их во внимание, следует заметить, что при этом определяющим условием в формировании «личностного образца» следует все-таки считать социальную результативную деятельность или занятость, с которой личность себя отождествляет и которая является результатом ее сознательного или бессознательного выбора.

Предпринимательский этос имеет четкие временные границы своего возникновения и становления как самостоятельного элемента в структуре социума. Его появление свидетельствует об изменениях в экономической деятельности, сфере духовной культуры и коммуникативных процессах, связанных с утверждением основ капиталистического хозяйствования. К историческим предпосылкам становления предпринимательского этоса следует также отнести появление условий для индивидуальной свободы выбора

производственной или организационно-управленческой деятельности, системы прав на собственность, использование ее в целях создания реализуемой продукции и присвоения получаемого дохода. Предпринимательский этос предполагает распространение креативно-инновационной активности социального субъекта на основе торгово-коммерческих отношений и финансовых операций в единстве с атмосферой их поощрения и одобрения со стороны государственных институтов и общественного мнения. Термин «предпринимательство» адекватно отражает специфику такой активности, а именно: планировать, ожидать, рассчитывать, пробовать.

Предпринимательский этос как устойчивый, относительно самостоятельный социальный феномен представляет собой сложную структуру тесно связанных между собой элементов. Исходным показателем предпринимательского этоса является целесообразная результативная деятельность, где результатом может быть предмет или вещественный продукт, услуга, договор, посредничество и т. п. так называемое «дело», а точнее «дело делание». И речь здесь идет не только о предметно-практической стороне социального взаимодействия, но и о вербально-коммуникативной (договоры, обязательства, контракты, биржи, страховые агентства и прочее). Х-Г. Гадамер, используя в своих трудах термин «дело», писал: «Дело, которое обстоит так-то и так-то, здесь есть признание самостоятельного инобытия» [5, с. 515].

В структуру предпринимательского этоса включается нормативно-регулятивный механизм, не только упорядочивающий, ограничивающий, но и стимулирующий инновационную активность социального субъекта. К нему относится административно-правовое воздействие на поведение через циркуляцию документации, направленную на соблюдение обязательств, соглашений, распоряжений, выполнение приказов.

Гораздо шире в предпринимательском этосе представлена морально-этическая составляющая, единство неформальных требований к поведению, которые предполагают личностный потенциал субъекта. Последний способствует реализации частного интереса (движения к успеху), вхождения в заданные обществом границы хозяйственного поведения и за его пределы. Важность моральной компоненты в развертывании предпринимательской деятельности привела к тому, что этика приобрела статус самостоятельного направления в гуманитарном знании. Российские специалисты в области этического знания В. И. Бакштановский и Ю. В. Согомонов определяют предпринимательскую этику как специфическую систему общественной нравственности, связанную с хозяйственной деятельностью в условиях рыночной экономики, лишая данную систему научно-теоретических знаний по сути аналитической функции [4, с. 385]. При этом немецкие специалисты по современной социальной этике К. Хоман и Ф. Блюме-Дрез видят в

предпринимательской этике скорее возможность исследовать противоречия хозяйственной жизни и составлять рекомендации по ее усовершенствованию. По их мнению, предпринимательская этика «занимается вопросом, какие моральные нормы или идеалы могут иметь значение для предприятий в условиях современной экономики и общества» [9, с. 182].

Однако вопрос о существовании предпринимательской этики пока еще относится к дискуссионным. Не все специалисты в области экономики, а также в области организации и управления признают за ней право на существование, не говоря уже о ее позитивном значении. К. Хоман и Ф. Блюме-Дрез приводят, в частности, сомнения Г. Манкера, председателя правления «Нестле», и экономиста Д. Шнайдера, где содержится категорический отказ от положительной оценки предпринимательской этики как в теоретическом, так и практическом ее назначении [9, с. 182].

Переходя к характеристике предпринимательского этоса, следует отметить, что данный феномен не исчерпывается механизмами нормативного регулирования в области морали. Представление о нем связано с личностным потенциалом субъекта деятельности не только в плане наличия особых индивидуальных внутренних качеств характера, но и в плане соответствующих приемов и навыков жизни. Включенность в торгово-коммерческую, организационно-управленческую, устроительную, посредническую активность способствовала актуализации таких личностных проявлений, которые способствовали успеху, выраженному в прибыли, авторитете, карьерном продвижении. В этом плане удачным, на наш взгляд, является предложение В. И. Бакштановского и Ю. В. Согомонова использовать в интерпретации этоса понятие габитуса [4, с. 600]. И если Гегель отождествлял его с нравами, то современная социологическая мысль наделяет его содержание большим объемом. Габитус обозначает не просто нравы, а практики, основывающиеся на нравах, структурированные структуры, в которых воплотились и когнитивные процессы, и мотивации, реализованные в цели и закрепленные в стереотип, эталон поступки и действия [2, с. 105–108].

Подход к использованию понятия «габитус», предложенный П. Бурдьё, по нашему мнению, способствует уточнению содержательных характеристик и функциональных особенностей предпринимательского этоса. В методологическом плане интерес представляют такие размышления социолога. С помощью габитуса в любом системном образовании социума, включая и тот, который именуется предпринимательским этосом, можно определить детерминанты, организующие практики. Являясь продуктом истории, замечает П. Бурдьё, габитусы производят практики как индивидуальные, так и коллективные, а, следовательно, саму историю в соответствии со схемами, порожденными историей [2, с. 105]. Габитусы аккумулируют прошлый опыт.

Они воспроизводят упорядоченность социальной среды, представленной различного рода отношениями – от трудовых до семейно-брачных. Система принуждений и преемственность связана с габитусами тем, что обуславливает устойчивые подобию в поведения людей. Как утверждает П. Бурдьё, «габитус стремится породить „разумные” способы поведения, идущие от „здорового смысла”, допустимые в рамках только этих закономерностей, которые к тому же имеют все возможности быть позитивно санкционированными в силу своей приспособленности к логике, характерной для данного конкретного поля, объективное будущее которого они предвосхищают. В то же время габитус стремится исключить „сугубо добровольно” любые „безумства” (это не для нас), т. е. поведение, обреченное на неодобрительную оценку в силу его несовместимости с объективными условиями» [2, с. 108].

Однако ни сама креативно-инновационная деятельность, ни соответствующие ей нравы, регулируемые морально-этической нормативностью, ни габитусы, фиксирующие различного рода структурированные практики жизни, не исчерпывают всего содержания предпринимательского этоса. Существование предпринимательского этоса и как возникшего исторического факта, и как феномена, впоследствии воспроизводимого в активности относящихся к нему субъектов, связано с их личностным потенциалом, который имеет многоуровневую систему черт характера и устойчивых тенденций поведения. Однако следует иметь в виду, что данная система носит относительный, условный характер, ее структура всегда остается до конца непредсказуемой и незавершенной. Как отмечает представитель прагматизма Э. Мунье, «богатый опыт личности, разлитый в мире, непрестанно выражается в творчестве ситуаций, правил и установлений. Внутренние ресурсы личности не predetermined заранее: то, что она выражает, не исчерпывает ее, то, что обуславливает, не порабощает» [7, с. 119]. И все-таки к наиболее устойчивым составляющим личностного потенциала субъекта предпринимательства можно, прежде всего, отнести интеллектуально-когнитивные способности, такие, как дальновидность и изворотливость, морально-волевые качества, связанные с фанатичной преданностью делу, методичностью, порядочностью и дисциплиной во всем. Особое место занимает комплекс экзистенциальных переживаний, связанный с постоянной заботой, беспокойством и ответственностью, а также навыки общения или обходительность как разновидность коммуникативности, которая предполагает хороший тон в манерах поведения и соблюдение приличий. Это так называемый позитив, который «работает» на сохранение предпринимательства как элемента социокультурного взаимодействия, но имеет место и негатив, который ведет к его разрушению. Здесь имеются в виду различного рода деформации личности, такие, как эгоцентризм, стяжательство, схематизм в

действиях и поступках, ведущих к бездуховности.

Мировая художественная литература отреагировала на появившейся феномен личности предпринимателя созданием типичных образов в произведениях, где герои были прототипами реально существующих и зачастую воочию наблюдаемых персонажей. Воспроизводя их судьбы подробно и конкретно, а жизнь что называется во всех мелочах, авторы зафиксировали бесценную событийность и духовную атмосферу пристрастий, вкусов, привычек и манер поведения людей, «движущих бизнес». К таким произведениям можно отнести романы О. Бальзака «История величия и падения парфюмера Цезаря Бирото», Э. Золя «Западня», Стендаля «Дамское счастье» и многие другие. В романе Т. Драйзера «Финансист» встречаем, например, описание манеры поведения отца главного героя Френка Каупервуда: «Он неизменно носил сюртук – в тогдашних финансовых кругах это считалось „хорошим тоном” – и цилиндр. Ногти держал в безукоризненной чистоте... Стремясь выдвинуться в обществе и финансовом мире, мистер Каупервуд тщательно взвешивал, с кем и о ком он говорит. Он в равной мере остерегался как высказывать резкие или непопулярные в его кругу мнения по социальным и политическим вопросам, так и общаться с людьми, пользовавшимися дурной репутацией... Каупервуд твердо верил, что на железной дороге можно нажить большое богатство, был бы только достаточный капитал, да еще одна странная штука – личное обаяние, т. е. способность внушать к себе доверие» [6, с. 6]. На основе подобного проявления житейского опыта складывались теоретические положения о харизматическом типе личности и основах делового этикета в сфере гуманитарного знания.

Итак, предпринимательский этос представляет собой относительно самостоятельное проявление социального взаимодействия. Его наличие в пространстве социальной реальности связано с усложнением хозяйственно-экономической сферы социума, где наряду с предметно-практической, производственно-профессиональной деятельностью возникает система занятости социального субъекта с ярко выраженной креативно-инновационной инициативой. Будучи системным образованием, предпринимательский этос обладает относительно устойчивой структурой, к элементам которой относятся и утилитарно-прагматическая активность социального субъекта, и этическая нормативность, выражающая аксиологическую направленность общественной морали, и личностный потенциал как трансляционный вектор человеческих качеств.

Предпринимательский этос играет заметную роль в динамике социума. Он оптимизирует и гармонизирует социальные отношения, обозначая границы продуктивной деятельности людей в условиях рыночной экономики и глобализации, включается в процесс культуротворчества и являет собой

уникальную возможность для осуществления адаптивно-коммуникативных практик, обозначает пути самореализации и самоактуализации человека.

Литература:

1. Анчел Э. Этос и история / Э. Анчел ; пер. с венг. — М. : Мысль, 1988. — 126 с.
2. Бурдые П. Практический смысл / П. Бурдые ; пер с фр. — СПб. : Алетейя, 2001. — 562 с.
3. Бакштановский В. И. Предпринимательская этика / В. И. Бакштановский, Ю. В. Согомонов // *Этика : энциклопедический словарь*. — М. : Гардарики, 2001. — 671 с.
4. Бакштановский В. И. Этос / В. И. Бакштановский, Ю. В. Согомонов // *Этика : энциклопедический словарь*. — М. : Гардарики, 2001. — 671 с.
5. Гадамер Х.-Г. / Х.-Г Гадамер // *Истина и метод: Основы филос. Герменевтики: Пер. с нем.* — М. : Прогресс, 1988. — 704 с.
6. Драйзер Т. Финансист / Т. Драйзер // *Собрание сочинений в 12 т. Т. 3 / Т. Драйзер*. — М. : Правда, 1986. — 557 с.
7. Мунье Э. Персонализм / Э. Мунье // *Французская философия и эстетика XX века*. — М. : Искусство, 1995. — 271 с.
8. Оссовская М. Рыцарь и буржуа: Исследования по истории морали / М. Оссовская ; пер с польск. — М. : Прогресс, 1987. — 528 с.
9. Хоман К. Экономическая и предпринимательская этика // *Политическая и экономическая этика / К. Хоман, Ф. Блюме-Дрез ; пер. с нем.* — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. — 368 с.