

А. А. Медведь, П. А. Медведь

Деловая этика в современной России и этические представления одаренных школьников

A. A. Medved', P. A. Medved'. Business ethics in modern Russia and moral views of talented students

В статье авторы рассматривают проблемы деловой этики современного российского бизнеса, анализируют историю развития принципов делового общения в России, понятия о ведении бизнеса, существовавшие у российских купцов. В ней дается оценка негативного влияния планово-распределительной системы хозяйствования, нарушившей традиции предпринимательства в России, определяются основные нравственные проблемы, не позволяющие российскому бизнесу завоевать авторитет на мировых рынках, делается вывод о необходимости воспитания новой деловой элиты, свободной от предрассудков советского и постсоветского периодов. Наилучшим образом для этого подходят одаренные российские школьники, поскольку им присущи качества, отличающие их от сверстников других стран, такие как обостренное чувство справедливости, нетерпимость ко лжи.

Воспитание новой деловой элиты с опорой на одаренных школьников представляется авторам выходом из создавшейся ситуации, понимание чего демонстрирует и российская власть, которая в последнее время много внимания уделяет программам поддержки работы педагогов с одаренными детьми.

The Authors devote their Article to the issues of business ethics of today's business community in Russia; they analyze the way principles of business communication developed in Russia and the history of the Russian merchants' concept of doing business. The Article includes an assessment of the negative impact made by the planned distribution system of management which broke the traditions of entrepreneurship in Russia, a description of main moral problems preventing the Russian business from earning a great reputation in global markets, and a conclusion that there is a need for raising a new business elite free from prejudices of the Soviet period and the post-Soviet period. Russian talented students are the best choice for this purpose, as far as they have such features, distinguishing them from their peers in other countries, as a burning sense of justice and impatience of lies. The Authors believe that raising a new business elite, given a focus on talented students, is a way to solve the current situation, and the Russian authorities show their understanding of this paying today a lot of attention to the programs supporting teachers' work with talented children.

Анна Алексеевна Медведь — доцент Санкт-Петербургского университета управления и экономики, кандидат экономических наук.

Павел Александрович Медведь — аспирант Санкт-Петербургского государственного университета.

© А. А. Медведь, П. А. Медведь, 2012

Ключевые слова: деловая элита, деловая этика, российский бизнес, предпринимательство, одаренность

Контактные данные: **А. А. Медведь:** 190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44, лит. А; **П. А. Медведь:** 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

Keywords: business elite, business ethics, Russian business, entrepreneurship, talent.

Contacts: **A. A. Medved'**: Lermontovskiy Ave 44/A, St. Petersburg, 190103; **P. A. Medved'**: Universitetskaya Emb. 7/9, St. Petersburg, 199034

«Манеры не наследуются, они приобретаются».
Уильям Пенн, английский политический деятель XVII века

Проблема нехватки деловой этики российского бизнеса во многом является проблемой социальной и деловой элиты общества. На сегодняшний день, вследствие отсутствия «социальных лифтов», преобладания клановости и коррупционности, российская элита ригидна и глубоко преемственна.

Счетная палата РФ недавно опубликовала интересные данные: за последние несколько лет из России эмигрировало на ПМЖ более 1 млн чел., главным образом, это представители бизнеса и среднего класса.

Данный вид эмиграции вызван не столько невозможностью «прокормиться» на Родине, сколько с иными причинами, в основном этического характера. Среди наиболее распространенных причин — отсутствие условий для самореализации, ведения честного бизнеса, невозможность долгосрочного планирования, незащищенность собственности, прав и свобод, произвол властей.

Первое поколение бизнесменов начала рыночных преобразований представляло собой в большинстве своем либо представителей черного или серого рынка, либо являлось носителями обычаев советской бюрократии. Законы чести, доброго имени и порядочности не имели ничего общего с этими слоями постсоветского общества.

Социологические исследования показывают, что нынешнее население России в большинстве своем считает себя наследниками Советского Союза и не идентифицирует свое прошлое с Российской империей. Этот исторический разрыв еще долго будет сказываться и на обычаях российского бизнеса.

В советское время заниматься предпринимательством в любых его формах было, во-первых, противозаконно, а, во-вторых, в интеллектуальных кругах считалось зазорным, ниже человеческого достоинства. Отсюда и общественное представление о бизнесменах как о жажущих наживы беспринципных рвачах.

В годы советской власти (от военного коммунизма через НЭП к командно-административной системе) деловая этика характеризовалась практицизмом, господством двойной морали, низким этическим уровнем, регулированием деловых отношений факторами страха карательного воздействия со стороны государства.

В деловых отношениях преобладали пассивность и избегание малейших рисков в ущерб предпринимательской инициативе. Тотальная количественная раздутость планов и фальсификация показателей, доминирование вертикальных деловых отношений, кампанейщина и авралы в ущерб качеству, безнравственное отношение к делу — таковы основные характеристики делового общения государственной и административной системы СССР.

Пользуясь словами одного из ведущих современных специалистов в области российской деловой культуры, профессора П. Н. Шихирева, общий вывод о советском этапе развития деловой культуры состоит в том, что в советский период она утратила многое из дореволюционных приобретений и отстала от многих

глобальных тенденций мира и международной деловой культуры. В РФ продолжают действовать утвердившиеся в СССР поведенческие установки и стереотипы мышления, которые в 1990-е, годы безвластия, получили дополнительное подкрепление.

Опыт взаимодействия отечественных предпринимателей с зарубежными партнерами свидетельствует, что наши бизнесмены своеобразно понимают основные ценности рынка. Это обстоятельство, дополненное политической нестабильностью ситуации в стране и неконвертируемостью рубля, существенно влияет на неготовность западных потенциальных партнеров осуществлять инвестиции в экономику страны. Между тем современный рынок — это особая этика, психология, значительный культурный слой. Не рынок является аморальным, а те люди, которые привносят в него дух наживы, неуважения к покупателям, потребителям, конкурентам, забыв о благородстве, надежности, порядочности, солидарности.

Нравственные недостатки российских бизнесменов можно представить в следующих пунктах:

- отсутствие привычки и традиции услужить, обслужить, наиболее заметно проявляющееся у работников сферы сервиса;
- страх пойти до конца, оправданного риска; психология не победителя, а проигравшего до начала игры;
- упование на моментальное решение проблем без затрат собственных сил, энергии;
- агрессивность, нетерпимость, нездоровое желание растоптать, унижить, повышенная конфликтность в отношениях с партнерами и, тем более, конкурентами, нежелание искать компромиссы;
- психология рантье, объясняющаяся, с одной стороны, низким уровнем жизни, а с другой — неуверенностью в завтрашнем дне;
- стремление к ограничению конкуренции, монополизму, к успеху, основанному на особых условиях;
- отсутствие имиджа делового человека, предпринимателя, что проявляется в стиле мышления, манере одеваться, вести себя.

Все вышеприведенное свидетельствует о стремлении заметного большинства современных российских деловых кругов руководствоваться в бизнесе жадной прибылью, не обязывающей к атмосфере честной рыночной конкуренции. Многие из них уподобляют последнюю игре, где ложь представляется естественно-закономерным явлением.

Игра призывает питать недоверие к партнеру, игнорирует претензии на дружбу, доброту и добросердечие. В ее основе — обман и стремление скрыть свои подлинные намерения. При этом достаточно далеко отбрасываются этика социальной ответственности бизнеса, его меценатская, благотворительная сущность, характерные для многих отечественных предпринимателей дореволюционной эпохи.

Из истории российского предпринимательства известны легендарные факты, свидетельствующие о деловых этических нормах взаимоотношений отечественных купцов: миллионные сделки заключались лишь кивком головы, а купеческое слово было дороже золота, причем гарантом этого слова часто была жизнь.

Мало кто знает, что русское ругательство «разгильдяй» изначально отражало презрение к купцу, изгнанному из гильдии за недобросовестность. У представителей купечества ценились солидарность и верность купеческому слову. В те времена кодексами деловой этики — уставами — осуждалась только фальсификация товара, а остальные правила делового взаимодействия были неписаными,

т. е. оставались на совести предпринимателей или являлись признаками деловой этики, как бы мы сказали сейчас.

В первой половине XIX в. предпочтение товара более дорогого, но высокого качества стало отличительной чертой русского рынка. «Дорого — мило, дешево — гнило», гласит поговорка.

Стремление производить и продавать высококачественные товары стало важным элементом деловой этики. Возникла конкуренция не только товаров, но и товарных знаков.

Высокопробностью товара был знаменит Савва Васильевич Морозов, добившийся славы строгой приемкой, многоступенчатой сортировкой и добросовестностью при продаже.

Среди просвещенных купцов высоко ценились также гражданская позиция и патриотизм: предпринимательские проекты затрагивали не только торгово-промышленные, но и общесоциальные вопросы. Так в России зарождалась корпоративная социальная ответственность.

Основными элементами деловой этики являлись *честность, верность данному слову, надежность, компетентность*. Нравственный образец дополнялся набором профессиональных качеств: *трезвость расчета, решительность, знание рынка, способность организовать работу, установить деловые связи и привлечь партнеров*.

Известные своей порядочностью и деловыми качествами предприниматели зачастую самым фактом своего участия в управлении компанией обеспечивали привлечение капиталов. Нередко новое товарищество возможно было учредить только при условии, что его возглавит предприниматель, нравственность которого не вызывала сомнений.

В те времена для иностранных предпринимателей слово российского партнера зачастую имело большее значение, чем подписанное соглашение.

Деловая элита жестко осуждала отступление от эталона деловой этики, что приводило к приостановке или ограничению деловых контактов. Устное обвинение в нечестности вызывало разрыв деловых отношений.

К началу XX в. Россия стала крупнейшей мировой экономической державой: российский рубль обменивался на золото, экспорт российской продукции был на уровне мировых лидеров, экономический рост был одним из самых высоких в мире. Произошло это не в последнюю очередь благодаря ускоренной эволюции деловой этики — принципов, на основе которых строились деловые отношения.

В 1912 г. (на двенадцать лет раньше, чем это произошло в США) российское деловое сообщество приняло свой первый этический кодекс «Семь принципов ведения дел в России»¹ — перечень основополагающих этических традиций предпринимательства в России:

1. *Уважай власть*. Власть — необходимое условие для эффективного ведения дела. В связи с этим проявляй уважение к ревнителям порядка.
2. *Будь честен и правдив*. Честность и правдивость — фундамент предпринимательства, предпосылка здоровой прибыли и гармоничных отношений в делах. Российский предприниматель должен быть безупречным носителем добродетели, честности и правдивости.
3. *Уважай право частной собственности*. Свободное предпринимательство — основа благополучия государства. Российский предприниматель обязан в поте лица своего трудиться на благо своей Отчизны. Такое рвение можно проявить только при опоре на частную собственность.

¹ Утверждено Российским союзом промышленников и предпринимателей.

4. *Люби и уважай человека.* Любовь и уважение к человеку труда со стороны предпринимателя порождают ответную любовь и уважение. В таких условиях возникает гармония интересов, что создает атмосферу развития у людей самых разнообразных способностей.
5. *Будь верен своему слову.* Деловой человек должен быть верен своему слову, ибо «Единожды солгавший, кто тебе поверит?». Успех в деле во многом зависит от того, в какой степени окружающие доверяют тебе.
6. *Живи по средствам.* Не зарывайся. Выбирай дело по плечу. Всегда оценивай свои возможности. Действуй сообразно своим средствам.
7. *Будь целеустремлен.* Всегда имей перед собой ясную цель. Предприниматель такая цель нужна как воздух. Не отвлекайся на другие цели. Служение «двум господам» противоестественно. В стремлении достичь заветной цели не переходи грань дозволенного.

В сравнении с этими принципами нравственно-психологические основы современного российского бизнеса выглядят весьма ущербно. Без возврата к нравственным истокам, дополненным наработанными современным цивилизованным международным бизнесом моральными аспектами предпринимательской деятельности, российскому бизнесу не добиться международного авторитета, который обеспечивает в наибольшей степени деловой успех в условиях глобализации мировой экономики. Решением данной проблемы должны заняться люди новой формации.

Эффективным выходом из сложившейся ситуации авторам видится необходимость воспитания новой деловой и социальной элиты российского общества, свободной от советских комплексов, с одной стороны, и осознающей ответственность за свою страну, с другой, при этом вопросы деловой и общечеловеческой этики являются основополагающими.

Деловая этика, безусловно, определяется господствующими социальными нормами и ценностями, которые задают шкалу оценок обществом поведения человека. Каждое действие человека оценивается обществом и относится к категории — одобряемой или порицаемой.

Социальная оценка выполняет функцию социального стимула (позитивного или негативного), предопределяющего этические правила и нормы в бизнесе.

Основной механизм усвоения личностью ценностей общества — это моральная оценка, которая указывает на то, какие действия и поступки ценны для социума. Мораль является способом контроля и воздействия на поведение, который опирается на распространенные в обществе нравственные взгляды, убеждения, принципы и нормы деловой этики [1].

Современную оценку уровня развития деловой этики в России мы можем дать, исходя из теории Лоуренса Колберга (Lawrence Kohlberg), который в результате своих исследований выделил три уровня развития моральных суждений человека с момента его рождения: преконвенциональный, конвенциональный, постконвенциональный (автономной морали) (табл. 1).

- 1) Первый уровень сугубо эгоцентричен. Моральность или неморальность суждений ребенка основывается на принципе выгоды: хорошо то, что доставляет удовольствие (одобрение); плохо то, что причиняет неудовольствие (наказание). Их поведение определяется в основном стремлением избежать наказания, т. е. у них доминирует незрелый индивидуально-личностный уровень идентичности. Все дошкольники и большинство семилетних детей (около 70%) находятся на доморальном уровне развития. Этот низший уровень морального сознания сохраняется и позже (в 10 лет — у 30%, в 13–16 лет — у 10%).

Таблица 1

Стадии развития морального суждения по Колбергу

Уровень	Стадия	Возраст (в годах)	Основание морального выбора	Отношение к идее к самоценности человеческого существования
Прекоконвенциональный	0	0–2	Делаю то, что мне приятно	—
	1	2–3	Подчиняюсь правилам, чтобы избежать наказания	Ценность человеческой жизни смешивается с ценностью предметов, которыми этот человек владеет
	2	4–7	Делаю то, за что меня хвалят; совершаю добрые поступки по принципу: «ты — мне, я — тебе»	Ценность человеческой жизни измеряется удовольствием, которое ребенку доставляет этот человек
Конвенциональный	3	7–10	Поступаю так, чтобы избежать неодобрения, неприязни ближних, стремлюсь быть (слыть) «хорошим мальчиком», «хорошей девочкой»	Ценность человеческой жизни измеряется тем, насколько этот человек симпатизирует ребенку
Постконвенциональный	4	10–12	Поступаю так, чтобы избежать неодобрения авторитетов и чувства вины; выполняю свой долг, подчиняюсь правилам	Жизнь оценивается как сакральная, неприкосновенная в категориях моральных (правовых) или религиозных норм и обязанностей
Постконвенциональный	5	После 13	Поступаю согласно собственным принципам, уважаю принципы других людей, стараюсь избежать самоосуждения	Жизнь ценится и точки зрения ее пользы для человечества и с точки зрения права каждого человека на жизнь
	6	После 18	Поступаю согласно общечеловеческим, универсальным принципам нравственности	Жизнь рассматривается как священная с позиции уважения к уникальным возможностям каждого человека

2) Многие дети к 13 годам находятся на уровне групповой идентичности, когда реальность поступка оценивается в зависимости от точки зрения референтной группы ребенка. Они решают моральные проблемы на втором уровне (конвенциональном). Этот уровень недостижим для тех детей, у которых еще не стала складываться способность к гипотетико-дедуктивному мышлению, являющемуся, согласно Ж. Пиаже, высшей стадией развития интеллекта.

3) Развитие высшего уровня (автономной морали) связано с развитием интеллекта, логического мышления. По данным Л. Колберга, только 10% подростков поднимается до третьего уровня автономной морали. Этот уровень соответствует одновременной выраженности индивидуально-личностного и общечеловеческого уровней идентичности. Даже у взрослых людей может не быть автономной морали.

Современная российская деловая элита, как социальная группа, не просто предлагает, но и определенным образом воздействует на сознание российского

гражданина, навязывая правила деловых взаимоотношений и ориентируя на ценности, к сожалению, соответствующие низшему преконвенциональному уровню развития моральных суждений, что означает низкий уровень личностной, нравственной зрелости, боязнь ответственности, инфантильность в суждениях при определении морального выбора.

В результате диагностической работы, проведенной авторами в ряде школ и гимназий Санкт-Петербурга, было выявлено, что существует детерминированная связь между одаренностью ребенка и уровнем развития его этических представлений.

На протяжении 2006–2011 гг. в школах Санкт-Петербурга авторами проводилась диагностика уровней развития моральных суждений у старшеклассников по методике TOSCA (Test of Self-Conscious Affect), т. е. теста «эмоций самосознания». Эта методика предназначена для диагностики эмоциональных, когнитивных и поведенческих реакций в социальных ситуациях морального выбора на основании субъективного отчета.

В методике использованы следующие типы социальных ситуаций морального выбора:

- ситуации непреднамеренной ошибки по забывчивости, по неосторожности, по недомыслию;
- ситуации избегания наказания: осознанное сокрытие порчи (чтобы избежать наказания, осуждения);
- критика значимого лица (учителя, преподавателя, руководителя);
- ситуации, в которых провоцируются примитивные доморальные тенденции, такие как малодушие, меркантильность в ущерб благородству, либо промедление (оттягивание выполнения задания).

В методике используются не только негативные сценарии, но и позитивные провоцирующие ситуации (вызывающие гордость, например), которые также являются морально неоднозначными.

В качестве наиболее типичных в методике выступают четыре формы ответа на фрустрирующую ситуацию:

- 1) преуменьшение значимости ситуации (реакция преуменьшения);
- 2) перенос ответственности за трудную ситуацию на других лиц (реакция экстернализации);
- 3) принятие ответственности за негативные аспекты ситуации на себя;
- 4) реакция стыда и вины.

В результате исследования авторами подтверждаются следующие особенности одаренных детей.

1. *Сверхчувствительность к проблемам.* Одно из важнейших качеств одаренного ребенка — способность удивляться и видеть проблемы и противоречия, в особенности там, где другим все представляется ясным и понятным. Сверхчувствительность к проблемам необходима в экономической деятельности и является качеством самостоятельно мыслящего человека. Это качество отличает того, кто не может удовлетвориться чужим поверхностным решением проблемы, того, кто способен преодолеть господствующее мнение, какие бы авторитеты за ним ни стояли.
2. Второй аспект одаренности — это *психосоциальная чувствительность*. Одаренные дети обнаруживают обостренное чувство справедливости; опережающее нравственное развитие опирается на опережающее развитие восприятия и познания. Они остро реагируют на несправедливость окружающего мира, предъявляют высокие требования к себе и окружающим.
3. «*Чувство собственного достоинства*» как свойственная некоторым людям личностная диспозиция, т. е. предрасположенность вести себя согласно осо-

знанию собственного достоинства и достоинства другого человека, может характеризовать людей с точки зрения специфики развития их личности. Таким людям свойственны: высокий уровень развития нравственности — постконвенциональный уровень морального сознания, гуманность или «человечность» — отношение к человеку как к более значимой ценности, чем даже сохранение моральных норм и принципов, внутренняя ответственность личности, уверенность в возможности выбора собственного жизненного пути и стремление к самореализации.

4. В случае переживания стыда и вины одаренный ребенок стремится *исправить оплошность, загладить ошибку*. Такая реакция предполагает, что субъект берет на себя ответственность за промах и стремится возместить ущерб, нанесенный им другим людям. Это — наиболее зрелая и социально приемлемая реакция в ситуации морального проступка.

Итак, явно выделяются следующие особенности мировосприятия одаренных детей:

- обостренное чувство социальной справедливости;
- неприятие ханжества и лицемерия;
- резкий протест против любого насилия;
- ярко выраженное уважение к личности человека.

Рассматривая влияние психологических особенностей личности на ее ценностные ориентации, нужно отметить, что категорию субъективных психологических факторов формирования ценностных ориентаций субъекта экономической деятельности составляют, прежде всего, особенности мотивационно-потребностной сферы. Ведущие потребности личности — это движущие силы формирования ее ценностных ориентаций [2].

Рассматривая взаимосвязь личностных характеристик и ориентаций на высшие ценности, А. Маслоу подчеркивает, что высшие ценности чаще актуализируются людьми духовно более сильными и независимыми, к которым, несомненно, можно отнести одаренных [3].

Применительно к обучению интеллектуально одаренных учащихся ведущими и основными являются методы творческого характера — проблемные, поисковые, эвристические, исследовательские, проектные — в сочетании с методами самостоятельной, индивидуальной и групповой работы. Эти методы имеют высокий познавательно-мотивирующий потенциал и соответствуют уровню познавательной активности и интересов таких учащихся. Однако данные стратегии сопровождения одаренных детей в российских образовательных учреждениях на сегодняшний день уже являются недостаточными.

Для того чтобы одаренные дети, как носители высоких этических норм, в ближайшем будущем стали основой деловой российской элиты, заняв руководящие и ключевые должности в экономике и государстве, необходимо уже сейчас формировать у них лидерские качества, навыки управленческой деятельности.

Понимая и принимая ответственность школьных педагогов за будущее страны, авторы, в рамках федеральной программы «Одаренные дети России», разрабатывают и активно проводят консультативные и тренинговые занятия с одаренными детьми в школах Санкт-Петербурга.

Главная цель психологического сопровождения одаренных детей в школах состоит в создании среды и условий, стимулирующих формирование у одаренных детей активной жизненной позиции, готовности к социальной инициативе. Таким образом, важнейшей задачей является развитие лидерского потенциала одаренных детей.

Логично предположить, что основу будущей элиты российского общества должны составлять одаренные в разных сферах дети. Безусловно, российское общество на сегодняшний день далеко от «страны возможностей», как это было продекларировано на прошедшем недавно Экономическом форуме в Санкт-Петербурге. Тем не менее существующее понимание проблемы у высшего руководства страны реализуется в ряде конкретных действий и программ (Федеральная программа «Одаренные дети России» и др.), направленных на привлечение одаренной молодежи в развитие экономики страны. И это вселяет надежду на изменение нынешней ситуации.

Авторам видится, что проблему деловой этики в России следует решать путем создания условий для развития социальной активности одаренных детей, что в будущем станет мощным фактором позитивного обновления российской деловой и общественной элиты, определяющей этический фон экономических и социальных взаимоотношений.

Литература

1. *Кибанов А. Я.* Этика деловых отношений. М.: Инфра-М, 2010.
2. *Бубнова С. С.* Принципы и методы исследования ценностных ориентаций личности как системы с нелинейной структурой // Психологическое обозрение. 1997. № 1 (4).
3. *Маслоу А. Г.* Дальние пределы человеческой психики. СПб.: Евразия, 1997.