

КОРПОРАТИВНЫЙ МЕНТАЛИТЕТ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ

Салихова Ирина Сергеевна,

д-р экон. наук, доцент,

профессор кафедры бухгалтерского учета, налогообложения и таможенного дела,

Московский университет им. С.Ю. Витте, город Москва,

главный научный сотрудник, Институт проблем рынка РАН,

e-mail: irinasalikhova@yandex.ru

Цель статьи заключается в выявлении сущности корпоративного менталитета и определении путей развития менеджмента ментальных инноваций, призванных обеспечить инновационный вектор развития современной фирмы. Дана типология видов современного корпоративного менталитета и обоснованы причины современного отечественного ментального экономического кризиса. Предложена трактовка инновационного корпоративного менталитета, а также управленческая технология его формирования.

Ключевые слова: менталитет, экономический менталитет, корпоративный менталитет; внесознательные архетипы и сознательные стереотипы; ментальные инновации и ментальный капитал; ментальные противоречия; управление ментальными инновациями

Статья подготовлена в рамках Государственного задания ИПР РАН, тема НИР № 0163-2016-0007 «Научно-технологическое развитие экономики отраслевых рынков»

DOI 10.21777/2587-9472-2018-1-97-107

Несмотря на высокую интенсивность исследовательского внимания к общей проблеме менталитета, экономический ее аспект остается относительно новым для современного обществоведения. Хотя очевидно, что именно менталитет современного общества и его экономических агентов играет отнюдь не второстепенную роль в осуществлении современного инновационного процесса. В связи с этим, *цель данной статьи* заключается в том, чтобы на основе выявления сущности корпоративного менталитета и характеристики его роли в современной экономике, определить ключевые направления менеджмента ментальных инноваций, призванных повысить качество воспроизводства экономических инноваций. Для достижения данной цели используется диалектический метод единства общего, особенного и единичного. При этом в ракурсе «общего» имеется в виду национальный менталитет как таковой; рамках «особенного» предстоит осуществить проекцию национального менталитета на сферу социально-экономических взаимодействий; наконец, «единичное» в исследовании менталитета связано с ментальной спецификой конкретного предприятия.

Известно, что менталитет представляет собой сложный социально-психологический феномен и в самом общем плане его можно определить как *специфическое неявное знание в форме устойчивых внесознательных архетипов и осознаваемых внутренних стереотипов мышления, обеспечивающих такой ракурс восприятия и осмысления действительности, который непосредственно увязывается с удовлетворением ключевых (витальных) потребностей субъекта (нации, некоторого сообщества, личности)*. Предложенное определение менталитета является интегральным по отношению к другим его трактовкам. В частности, исследователи отмечают, что менталитет есть отпечаток судеб народов, способов выживания этноса. При этом менталитет властен над людьми, потому что он есть проверенный веками путь к выживанию в конкретной среде существования данного этноса [2,6,11,14]. В этом же ракурсе, менталитет характеризуется как некая память народа о прошлом, психологическая основа поведения миллионов людей, верных своему исторически сложившемуся «коду» [1,9,15].

Внесознательный аспект национального менталитета включает в себе «сгусток» неявного общественного знания в форме определенных приобретенных качеств данного социума. Эти качества можно рассматривать как некие «интеллектуальные импринты», формируемые в раннем возрасте и остающиеся у человека на всю его жизнь; данные импринты включают в себе существенный, глубокий исторический жизненный опыт определенного народа или нации. В частности, сущностным ка-

чеством жизненного опыта российской нации было, прежде всего, физическое выживание в условиях множества внешних угроз, отсюда ряд исследователей определяют тип российского менталитета как военно-мобилизационный [2,5,11,22].

Это означает, что выживание в форме защиты родной земли является для наших соотечественников делом святым и естественным, не требующим разъяснений. Мобилизационный тип российского менталитета есть «спрессованный веками» опыт однотипного, именно защитного поведения людей, что всегда обнаруживало себя в инстинктивном стремлении к централизованному государству (этактистская ментальность), в сильной и единоличной власти харизматического и волевого лидера, в военном и однообразном укладе жизни, в божественном отношении к земле (ментальность «почвенников»), что никак не способствовало формированию основ для проявления индивидуализма. Внесознательная часть национального менталитета, представленная определенным перечнем *архетипов*, являет собой часть общественной психики, которая не связана «со свежестью» новых знаний, а выражает то, что стало областью поведенческих безусловных конструкторов, известных, как «особенности национального характера».

Сознательный аспект национального менталитета также представляет собой общественное неявное знание, которое выступает в форме более подвижных, осознаваемых обществом и личностью стереотипов мышления. Общим основанием отмеченных стереотипов является внедряемая в общественную практику система ценностей и идеологических форм. Общим итогом становится, например, так называемая «национальная идея», или осознаваемый нацией «общественный выбор пути дальнейшего развития» и др. Например, идеологические усилия, направленные на доказательство того, что экономическая свобода и конкурентно-рыночная экономика лучше экономической зависимости и административно-рыночной экономики могут сформировать соответствующие ментальные конструкторы в форме убеждений и дисциплинарных матриц относительно преимуществ конкурентных отношений в экономике. В этом случае, идеологическая и пропагандистская машина общества и государства достигает своей цели, и в общественном сознании формируются устойчивые ментальные стереотипы.

Модифицирующей проекцией национального менталитета на сферу социально-экономических взаимодействий является *экономический менталитет, как обусловленное витальными социально-экономическими потребностями неявное общественное экономическое знание в форме единства архетипов и стереотипов осмысления и восприятия социумом экономической действительности*. Если же нарушается принимаемой всеми принцип «жизненной значимости», то наступает ментальная эрозия и угроза ментального кризиса. В частности, на формирование и развитие современного экономического менталитета россиян существенное воздействие оказывает политика экономического либерализма, которому имманентен безусловный приоритет ценностей свободного рынка, а не ценностей действительного человеческого развития. Отсюда экономический менталитет россиян претерпевает антисозидательные изменения, которые можно классифицировать в воспроизводственном, отраслевом, региональном и других аспектах.

Воспроизводственные аспекты современного экономического менталитета россиян характеризуются целым рядом негативных стереотипных новообразований. Во-первых, вытеснение приоритета ценностей творчески-трудового созидания привело к трансформации общего экономического «менталитета производителя-труженика» в «менталитет дельца-рыночника». Во-вторых, деструкция производственного сознания и творчески-трудового мышления закономерно приводит к менталитету тотального экономического потребительства, формирующего психологический конструктор «после нас хоть потоп». Экономическое мышление «денежно-рыночного» типа привело к дальнейшему закреплению экономического менталитета собирательства, основанного на обманчивом восприятии наличия якобы несметных природных богатств. При этом современный «собиратель» не задумывается, что будет, если завтра некоторые ресурсы полностью исчезнут.

Отраслевые аспекты современного экономического менталитета россиян следует рассматривать, прежде всего, в контексте деградации наукоемкого сектора национального хозяйства и преобладания разрушительных тенденций в агропромышленном комплексе страны. Наукоемкая «зыбкость» отечественного военно-промышленного комплекса и распад гражданской перерабатывающей индустрии лишает нацию убеждения в том, что «мы можем все сделать сами», что «мы – нация талантов».

Оказавшись на задворках развития передовых научно-технических достижений и промышленных технологий, нация естественным образом превращается в *периферийную социокультурную и экономико-ментальную общность*. Превращение земли как естественного объекта общественной собственности в область частнособственнических трансакций является одним из ключевых факторов отечественного ментального экономического кризиса. Веками складывавшаяся психическая установка на «святость защиты единой земли русской» сегодня выхолащивается; мы становимся нацией «беспочвенников», ибо лишаемся *духовного основания и божественного чувства* всеобщей принадлежности к родной земле, а также необходимости защищать эту землю [4,12,13,17].

Региональные аспекты современного экономического менталитета россиян определяются религиозными, природно-климатическими, ресурсно-экономическими и другими особенностями. Наша страна представляет собой сложную евроазиатскую цивилизацию, где переплетены различные профессиональные структуры и верования, дифференциация хозяйственных традиций и способов выживания и многое другое. В настоящее время российская столица, а также республиканские и губернские центры являются «государствами в государстве», где традиционно выше уровень жизни, занятости и общего благополучия, чем на периферии. Отсюда и различия в экономическом менталитете: с одной стороны, архетипы и стереотипы мышления жителей столицы и крупных городов, представителей регионов-доноров, а с другой стороны, *экономический провинциальный и сельский менталитет*, стереотипы мышления жителей регионов-реципиентов, всегда «надеющихся», что «кто-то» им поможет.

Итак, отечественный экономический менталитет характеризуется следующими обстоятельствами: *во-первых*, он остается преимущественно экономико-мобилизационного типа с сохранением тенденций экономического «собираательства»; *во-вторых*, данный экономический менталитет вступил в период «ментального кризиса», вызванного внедрением в общественное сознание либерально-рыночных ценностей; *в-третьих*, процесс разрешения этого кризиса в форме продолжающейся эскалации либерально-рыночных ценностей по западным «лекалам» является, как минимум, «тревожным», поскольку он противоречит важнейшим цивилизационным особенностям жизни нашего общества.

Системный подход к исследованию корпоративного менталитета предполагает, прежде всего, выявление *внешней системы среды*, где ключевое место занимают социокультурные ценности, идеологические концепты, а также образцы экономического поведения, отражающие движение существующих и формирование новых жизненно важных потребностей. Эти ценности и образцы поведения есть, по сути, «ментальные волны», идущие от национального и общего экономического менталитета. *Внутренняя система среды* предполагает воздействие на корпоративный менталитет существующих и формирующихся новых корпоративных ценностей и внутрифирменных поведенческих паттернов. До сих пор, исследуя глубинные аспекты управленческих корпоративных отношений, мало внимания уделялось тому, что возникающие противоречия часто имеют не ситуативную, а ментальную природу. Отсюда следует, что управленческие решения и действия не могут не учитывать ментальную «мозаику», в которой действует современная корпорация. Ментальный менеджмент, по сути, призван актуализировать систему среды в нужном направлении. Факт такой актуализации есть формирование *системы процесса*, представляющей собой сознательно направляемые потоки знания и энергии с целью придания динамике изменений корпоративного менталитета требуемую направленность.

Отмеченная система процесса, с одной стороны, содержательно предопределяется тем или иным вариантом общего функционального построения организации; с другой стороны, эти варианты есть не что иное, как проекты ментального «строительства», или *система проекта*. Можно выделить, как минимум, три примерных варианта ментального проектирования: а) модель управленческой вертикали, где ментальная динамика задается лицом, принимающим ключевые решения; б) модель управленческой горизонтали, где ментальные процессы «размыты» в сетевых группах; в) интегративная модель процесса управления, в рамках которой обеспечивается наиболее эффективная комбинация компетентной власти и творческих интенций персонала (рисунок 1).

В рамках первой модели корпоративный менталитет совпадает с экономической ментальной картой лиц, принимающих ключевые управленческие решения. Такая ментальная диспозиция приемлема для экономической системы, где превалирует общий мобилизационный тип национального экономического менталитета, распространенный в условиях индустриального типа хозяйствования. В условиях

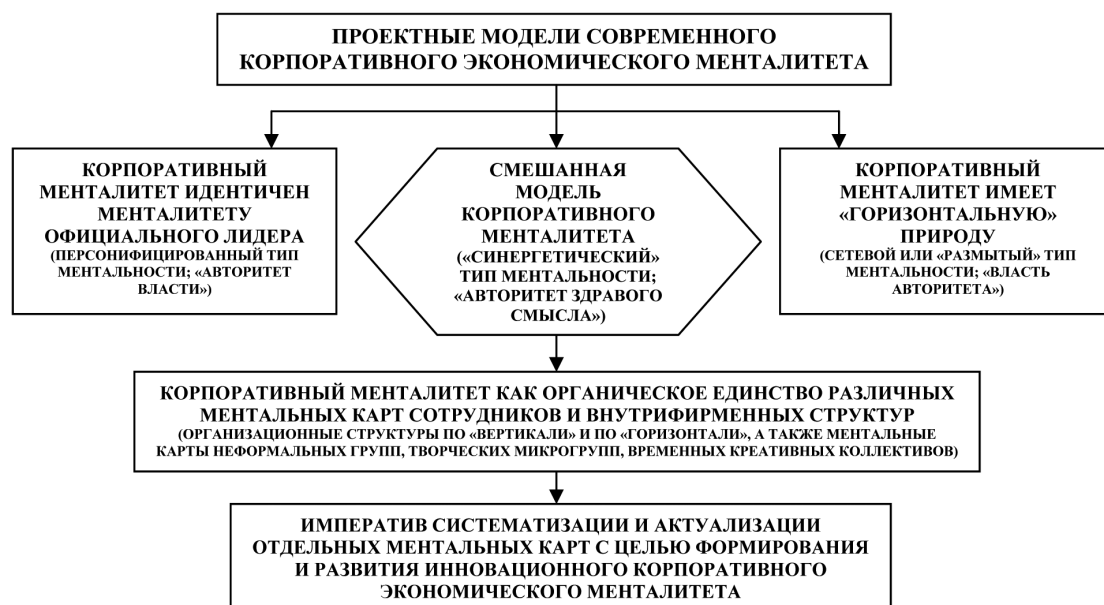


Рисунок 1 – Проектные модели корпоративного экономического менталитета

развития экономических инноваций, требующей «всеобщей ментальной мобилизации», данная модель едва ли приемлема.

Трудно ожидать высоких результатов инновационного развития предприятия и в условиях внедрения *второй модели*, при которой имеет место чрезмерная деперсонализация и «процессная эклектика» принимаемых решений. При всей прогрессивности горизонтальных сетевых корпоративных взаимодействий, периодически здесь могут возникать центробежные ментальные и смыслообразующие тенденции, которые препятствуют формированию четкой стратегии и идеологии фирмы. Следовательно, «ментальная разногласия» представляется не менее опасной, чем «ментальное однообразие». Следует, однако, отметить, что данная модель более адекватна требованиям инновационной экономики, поскольку пробуждает творчески-трудовой потенциал сотрудников, хотя и увеличивает число «холодных» дискурсов.

Для обеспечения инновационного вектора корпоративного развития наиболее адекватной моделью представляется *третья модель*, в рамках которой оптимизируются ментальные карты сотрудников. Корпоративный экономический менталитет здесь предстает как органическая целостность и сочетание ментального разнообразия, представляющего собой источник новых форм и способов восприятия и осмысления экономической действительности. Цель формирования такого дисперсного менталитета состоит в обеспечении большей «ментальной мощности» корпорации посредством мобилизации глубинных сил каждой личности.

Предложенные умозаключения актуализируют ментальный менеджмент, который следует нацелить на решение следующих ключевых задач в сфере управления развитием корпоративного менталитета. Во-первых, необходимо изучить существующий состав и определить примерную динамику ментальных карт сотрудников фирмы. Для решения данной задачи следует разработать своеобразный «тест на ментальное качество», позволяющий оценивать действующих и будущих сотрудников по признаку обладания адекватными ментальными неявными знаниями (идеологическими убеждениями, устойчивыми взглядами на определенные процессы и т.д.). Во-вторых, необходимо выделить элементы «ментального кристаллообразования» в форме ментальных карт ключевых личностей и осуществить их экстернализацию. В-третьих, сам субъект управления должен обладать менталитетом и управленческим капиталом такого качества, который позволит ему осуществлять реальное руководство ментальными преобразованиями на предприятии. Отмеченные положения, характеризующие содержательные аспекты ментального менеджмента, можно рассматривать как факторы развития корпоративного менталитета современного, именно инновационного качества.

Теперь важно ответить на вопрос, какие ментальные внесознательные архетипы и сознательные стереотипы должны характеризовать **инновационный менталитет** корпоративного сообщества. На-

помним, что всякая инновация призвана соответствовать следующим требованиям: а) быть уникальной, то есть неординарной, действительно новой; б) быть полезной и ценной, то есть заключать в себе потенциал удовлетворения новых, ранее не существовавших потребностей либо наиболее полного удовлетворения уже существующих запросов потребителей; в) быть созидательной, то есть обеспечивать реальное повышение уровня и качества жизни личности и общества. Отмеченная «триединая» сущность социально-экономической инновации, с одной стороны, формирует представления о требованиях к созданию менталитета адекватного качества, а с другой стороны, непосредственно характеризует сам инновационный менталитет [3,9,18].

Что касается внесознательных ментальных архетипов, то здесь резонно вспомнить положение об их предопределенности жизненно важными потребностями субъекта. Для предприятия, действующего по канонам эпохи индустриализма, к разряду базисных ментальных архетипов экономических агентов можно отнести *мифологизацию «автоматизма» действия рыночного механизма*, что прочно «вживляется» в ментальные карты отечественных руководителей. Отсюда либерально-рыночные метаморфозы отечественного экономического менталитета закономерно приводят к иррациональным результатам, существенно отдаляющим нас от реальных инноваций. Каковы эти результаты, применительно к деятельности предприятия, и в чем заключаются конкретные ментальные альтернативы?

Первое. С точки зрения либерального рынка априори принимается первостепенная значимость не человеческих ресурсов и современных экономических знаний, а денежных средств и вещественного капитала. Что касается качества привлекаемого в производство человеческого капитала, то здесь по-прежнему господствует синдром «дипломного занавеса» либо превалируют неформальные связи, в соответствии с которыми «автоматически» (на ментальном уровне) наибольшим приоритетом при приеме на работу пользуются обладатели множества «дипломов» либо родственники и близкие знакомые. Ценными являются не творческие собственники человеческого капитала, а, часто неспособные к инновациям, родственники и «друзья друзей». Жизненно важные интересы тех, кто определяет «инновационное лицо» экономики связаны отнюдь не с инновациями, а сохранностью себя и преданного себе окружения. Таким образом, подготовка производственного процесса на ментальном уровне субъективно препятствует привлекать в организацию неординарных, творческих личностей и менеджеров.

Второе. С точки зрения осуществления производственных планов ключевой является ментальная установка на приоритет инвестиций в вещественный капитал. Витальными аспектами по-прежнему признаются техника и масштабы производства, а не способность персонала предприятия к творческой самоактуализации. Человеческий капитал – априори «затратный» фактор производства. Ментальный импринт, связанный с хронической недооценкой человеческого капитала и переоценкой роли вещественного капитала в условиях, например, кризисных ситуаций приводит к тому, что собственники сокращают издержки производства, прежде всего, увольняя часть персонала либо сокращая заработную плату.

Третье. С точки зрения результативности воспроизводства к числу ментальных архетипов предприятия следует, прежде всего, отнести безусловный приоритет целей получения денежной прибыли, а также поиск способов присвоения «плохой ренты» (монопольной, административной, институциональной). Применительно к отечественной экономической действительности, мы являемся свидетелями формирования и укоренения рентоориентированного (речь идет именно о «плохой» ренте) менталитета собственников и руководителей предприятий. Если в странах с развитыми традициями конкурентно-рыночных отношений преобладает ментальная установка на денежную прибыль, как интегральный результат производственного процесса, то в наших условиях преобладает ментальная установка на рентные доходы, что связано с современным собирательством и обменно-распределительными, а не производительными трансакциями.

Четвертое. С точки зрения стиля, форм и методов управления ментальные архетипы предприятия, связаны, с одной стороны, с безусловным приоритетом экономического единоначалия, а с другой стороны, с внесознательным психологическим импринтом у членов персонала, что «начальству всегда виднее». Кризисная ситуация последних лет только укрепила отмеченную ментальную тенденцию, давая понять всем «творческим умникам» их «вредность» в деле осуществления рентоориентированного поведения хозяев. Так формируются и закрепляются в социальном характере корпоративных со-

обществ архетипы инфантилизма и непричастности к делам организации. Сегодня господствуют примерно такие ментальные конструкты: «лучшее – враг хорошего»; «жили раньше, и теперь проживем» и другие [7,10,21].

Отмеченные выше умозаключения позволяют констатировать, что формирующийся на отечественных предприятиях корпоративный менталитет не приобретает инновационной направленности. Более того, ментальные установки экономических агентов характеризуются «сползанием» на уровень ментального архаизма, связанного с добычей и собирательством благ, а не с их творчески-трудовым созданием. Отсюда эволюция экономического менталитета может быть представлена следующими ступенями: а) ментальный архаизм (современная отечественная ситуация); б) ментальные модели монетарного фетишизма (имеют место на предприятиях в странах с конкурентно-рыночной экономикой); в) инновационный менталитет, или ментальные модели творческого созидания (предприятия, где господствует дух творческого созидания).

Сравнительный анализ архаичного и инновационного корпоративного менталитета показан на рисунке 2.

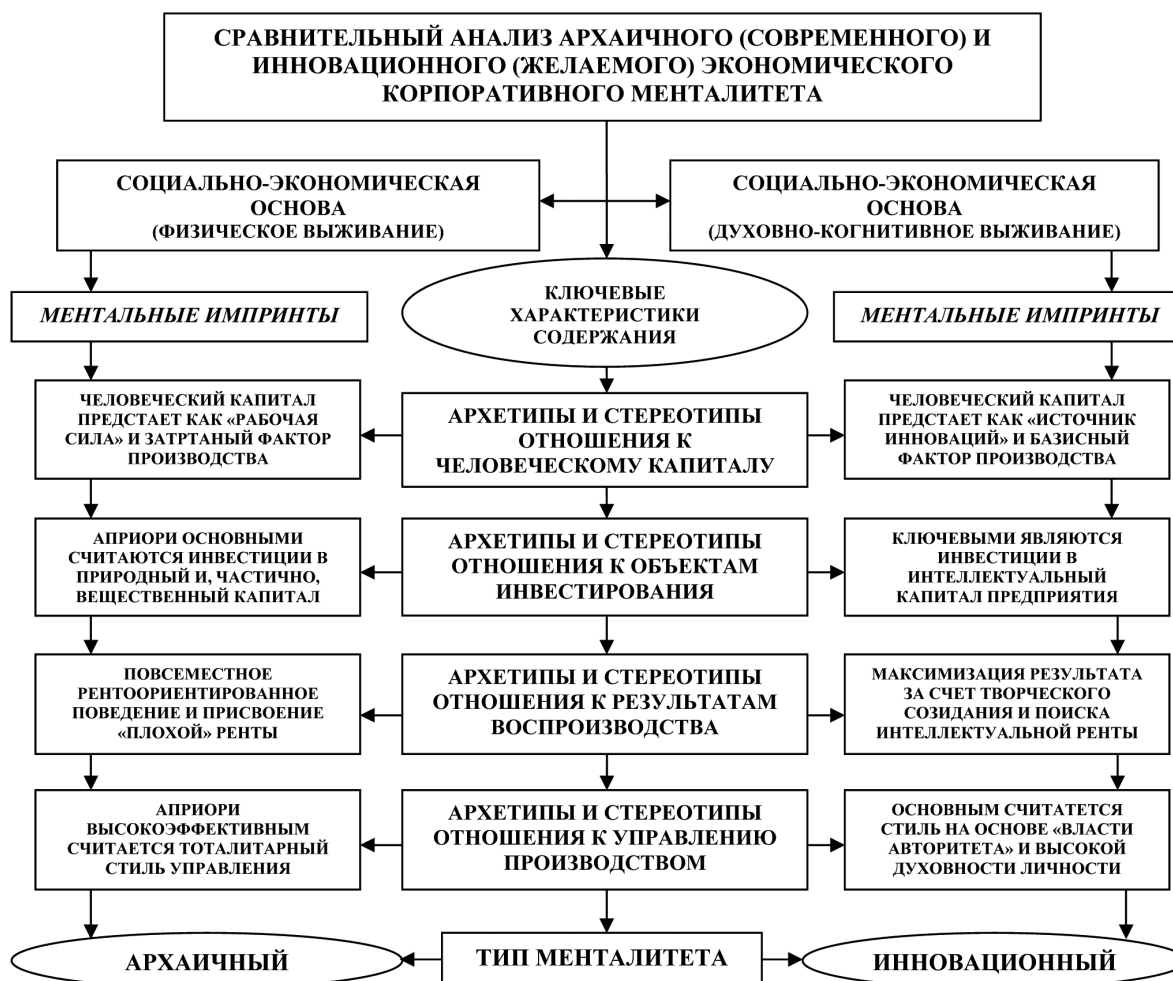


Рисунок 2 – Сравнение качественных аспектов архаичного и инновационного корпоративного экономического менталитета

Теперь, используя результаты проведенного альтернативного анализа, следует очертить примерный контур тех архетипов и стереотипов, которые могли бы отразить инновационное качество ментальных моделей современных предприятий. При этом напомним, что в основе менталитета лежат жизненно важные потребности, и все зависит от степени их осознания соответствующими субъектами деятельности. Если раньше жизненно необходимым было физическое выживание (основание для менталитета мобилизационного типа), то сегодня *жизненно необходимым является духовно-когнитивное выживание путем расширенного воспроизводства новейших знаний*. Имея в виду императив когнитивного выживания, можно прийти к пониманию инновационного менталитета.

Таким образом, инновационный тип экономического корпоративного менталитета предполагает базисную роль человека в хозяйственной действительности; приоритет инвестиций в расширенное воспроизводство интеллектуального капитала личности и корпорации; полное исключение поиска «плохой» ренты и обеспечение поиска интеллектуальной ренты за счет ускорения экономических инноваций; априори ценным ресурсом считается власть тех, кто способен организовать творчески-трудо-вой процесс. *Инновационный корпоративный менталитет* есть система специфических неявных корпоративных знаний в форме единства таких внесознательных архетипов и стереотипов восприятия и осмысления социально-экономической действительности, которые позволяют «автоматически» воспринимать, осмысливать и отбирать исключительно ценные и полезные экономические сведения и данные.

Сказанное выше, однако, означает, что для персонала и менеджеров предприятий отечественной экономики путь к инновационному менталитету гораздо труднее, чем для аналогичных предприятий в западной и даже восточной экономике. Следуя строгой логике *ментальной эволюции*, нам предстоит «вернуться» от экономики собирательства и поиска «плохой» ренты к традиционным ценностям производства и двигаться дальше, в сторону креативно-интеллектуальной экономики с адекватным типом менталитета, смысловой динамикой и системой хозяйственных мотиваций. Теперь, зная онтологию инновационного экономического менталитета, важно очертить общий контур его формирования, учитывая специфику отечественного хозяйства и особенности институционального обустройства российских предприятий [8,16,19].

Используя креативный потенциал определения сущности инновационного корпоративного менталитета, резонно отметить, что «автоматизм» отбора исключительно ценных и полезных экономических данных и фактов непосредственно связан с функционированием полноценного экономического мышления. Данный тип мышления, «характеризуется: а) связной, единой, адекватной физическому миру и обществу основой; б) непредвзятым анализом достоверных причин складывающихся ситуаций; в) рассмотрением явлений как звеньев в цепи рациональных причинно-следственных связей; г) критическим отношением к стереотипам мышления и поведения; д) способностью к глубокому абстрагированию, сложным ассоциативным связям, индивидуальным разнообразием; е) альтруизмом и гуманизмом и предполагает целью развития общества создание единой цивилизации, все члены которой были бы избавлены от необходимости борьбы за выживание» [20, с. 175]. Применительно к деятельности персонала современной экономической организации, полноценное экономическое мышление означает системную широту, каузальную глубину и гуманистическую интенциональность индивидуального воспроизводства.

Используя так называемый системный ресурс (по терминологии Г.Б. Клейнера) исследования формирования и динамики сложных социально-экономических явлений, каковым и является корпоративный менталитет, попытаемся очертить примерный алгоритм формирования его инновационной формы. Логика «производства» инновационного корпоративного менталитета (как специфической функции полноценного экономического мышления) выглядит следующим образом. Первое – национальная инновационная элита разрабатывает новую систему ценностей и артикулирует их в ясные идеологические концепты (обновление системы среды). Второе – научно-образовательная и познавательная деятельность на всех уровнях социума нацеливается на формирование полноценного мышления (обновление системы среды и системы процесса). Третье – формируемое полноценное экономическое мышление *актуализирует новые экзистенциальные потребности и создает новую систему сознательных стереотипов восприятия и осмысления экономической действительности, то есть новый экономический менталитет* (реализуются требования системы проекта). Четвертое – новые сознательные стереотипы осмысления постепенно становятся привычными рутинами и вытесняют прежние ментальные архетипы. Пятое – появляются и закрепляются образцы инновационного поведения экономических агентов, стремящихся к самоактуализации [7–9].

Основываясь на предыдущих рассуждениях, попытаемся разработать общий алгоритм понимания управленческой деятельности в сфере формирования инновационного корпоративного менталитета. Речь идет о *менеджменте корпоративных ментальных инноваций*, под которым понимается теория и практика управленческой деятельности, направленной на формирование и развитие корпоративной

ментальной модели, способствующей расширенному воспроизводству корпоративных инноваций. Алгоритм понимания деятельности менеджера ментальных инноваций включает следующие основные этапы.

Во-первых, необходимо сформировать корпоративную элиту, призванную формировать ценности, адекватные требованиям расширенного воспроизводства инноваций. Корпоративная элита должна воспроизводить определенный перечень ценностных созидательных установок. При этом замечено, что владельцы необходимого для успешного развития каждого предприятия неявного ментального знания «составляют относительно узкий круг людей. Критическим с точки зрения управления предприятиями в условиях экономики знаний является вопрос о том, кто эти люди и как их идентифицировать? Речь идет в первую очередь о сотрудниках предприятия, являющихся носителями ... неотторжимого «сокровенного знания». Таких людей можно сравнить с древнеегипетскими жрецами. «Корпоративные жрецы» – это носители и владельцы духовного начала предприятия, хранители корпоративных знаний и воспитатели «корпоративного таланта» [7, с. 145–146].

Логика решений-действий менеджера ментальных инноваций, в контексте выявления и формирования адекватной инновациям корпоративной элиты, предполагается следующая. Сначала выявляется специфика ментальных карт сотрудников, занимающих ключевые управленческие должности на предприятии (лиц, принимающих решения); здесь выявляется качество ментального капитала *управленческой элиты* предприятия. Далее целесообразно определить специфику ментальных карт формальных и неформальных лидеров, осуществляющих руководство творческими подразделениями предприятия; здесь выявляется уровень и качество ментального капитала *научно-креативной элиты* предприятия. Наконец, необходимо произвести «ментальную идентификацию» субъектов, действующих в так называемых *точках принятия решений* в рамках стадий движения инновационного продукта; здесь выявляется уровень и качество ментального капитала *творчески-трудовой элиты* предприятия. Очевидно, что скорость изменения и направленность ментального развития персонала корпорации в решающей степени зависят от соответствующих одновременных ментальных трансформаций в среде управленческой, научно-креативной и творчески-трудовой элиты.

Формирование корпоративной элиты как источника новых корпоративных ценностей не является простым делом. Здесь существуют сложности, связанные с вопросами: *кто* является субъектом формирования этой элиты, и *чем* данная элита станет для данного предприятия с точки зрения реализации инновационного развития. Если действующие корпоративные элиты начинают тормозить инновационные действия, культивируя «отжившие свой век» ценности, то они превращаются в псевдоэлиты, преодолеть сопротивление которых гораздо сложнее, чем, например, сформировать новый элитарный слой. Предложенные рассуждения позволяют дать общую классификацию ментальных противоречий и получить представление о возможностях и путях их разрешения (рисунок 3).

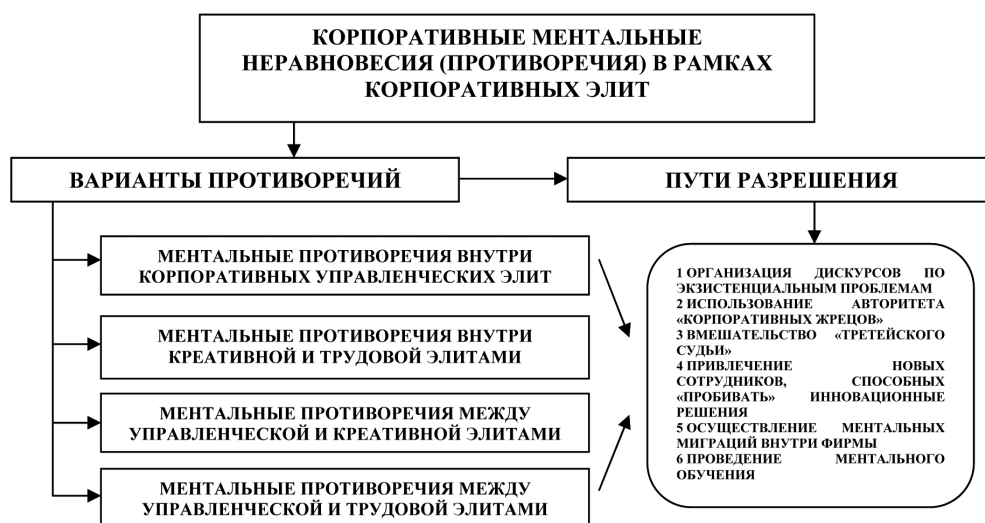


Рисунок 3 – Общие варианты корпоративного ментального «неравновесия» и пути его разрешения

Отмеченные варианты ментальных противоречий существенно отличаются друг от друга по степени остроты и масштабу проявления. В частности, противоречия внутри управленческих корпоративных элит могут длительно не разрешаться в пользу наиболее прогрессивной части менеджеров, что станет основной причиной эскалации общего корпоративного ментального кризиса. Пути разрешения данного вида противоречий связаны, с использованием различных форм корпоративного управленческого дискурса; либо здесь потребуются вмешательство третьей стороны в лице собственника, государственного чиновника и других субъектов. Меньшей остротой обладают ментальные противоречия между управленческой и другими корпоративными элитами, поскольку здесь явный приоритет, с точки зрения властных полномочий, принадлежит топ-менеджменту. Еще меньшей остротой обладают ментальные противоречия между креативной и трудовой элитами, поскольку их разрешение осуществляется в рабочем порядке.

Во-вторых, в рамках новой системы ценностей следует организовать корпоративный образовательный процесс с целью формирования у персонала и менеджеров творческого, полноценного мышления. Речь идет об идеологической деятельности корпоративной элиты по разъяснению адекватных «духовно-когнитивному выживанию» новых ценностей, развитию внутрифирменных форм непрерывного обучения, использованию внешних факторов, способствующих распространению новых ментальных стереотипов. Здесь важно провести четкое разграничение между творческим, *нестереотипным мышлением* субъекта и *ментальным стереотипом*, обеспечивающим такое мышление; нет ли здесь логического и практического противоречия? Ментальный стереотип, в данном случае, есть постоянно действующий конструкт, нацеливающий на нестереотипное мышление; другими словами, стереотип осмысления информации «стоит на страже» нестереотипного мышления.

В-третьих, формируемое полноценное экономическое мышление будет способствовать созданию новой системы сознательных стереотипов восприятия и осмысления действительности, то есть инновационного экономического менталитета. Новая система ценностей нацеливает на организацию образовательного процесса (система процесса в «чистом» виде) определенного качества; формируемое полноценное корпоративное мышление является общим основанием для появления желаемых ментальных стереотипов. Между тем, сам факт формирования новых сознательных стереотипов отнюдь не означает завершения корпоративного ментального «строительства». Напротив, может иметь место *ментальное противоречие первого уровня*, представляющее собой взаимодействие прежних и новых, формируемых стереотипов экономического мышления и поведения.

В-четвертых, новые сознательные стереотипы осмысления действительности постепенно становятся привычными рутинами и «сжимают» (возможно, даже «вытесняют») прежние ментальные архетипы. При этом новые ментальные стереотипы будут вступать в противоречие с прежними ментальными архетипами, что представляет собой *ментальное противоречие второго уровня*, которое может характеризоваться особой остротой. Ментальные противоречия первого и второго уровня могут привести к возникновению корпоративного ментального кризиса, представляющего собой некий переломный момент, определенное состояние корпоративного выбора нового вектора ментального развития. В разрешении этого кризиса многое будет зависеть от того, насколько грамотно и научно обоснованно будут приниматься и осуществляться решения в рамках ментального менеджмента.

Процедура вытеснения либо модификации традиционных стереотипов и архетипов может, но не должна быть затяжной, поскольку это сильно скажется на действенности корпоративных ментальных моделей и общей атмосфере творческого созидания. Как показывает опыт деятельности наукоемких предприятий в переходных условиях, желаемые и ожидаемые «эффекты вытеснения» прежних ментальных стереотипов и архетипов новыми одноименными звеньями появляются лишь в том случае, если действовать системно и целенаправленно. В содержательном плане речь идет об *одновременном идеологическом и праксиологическом действии*. Идеологический ракурс решения проблемы связан с разъяснением необходимости радикальной смены ментальных конструктов, а также с формулированием соответствующих ценностей. Праксиологический ракурс формирования инновационного менталитета непосредственно связан с показом, демонстрацией реальных успехов и перспектив новой ментальной корпоративной модели, для чего могут широко использоваться апробированные образцы деятельности наиболее передовых отечественных и зарубежных предприятий.

Отсюда задача ментального менеджмента и *ментальной праксиологии* заключается в том, чтобы минимизировать бытующие *мифические архетипы*, постепенно заменяя их на *метафизические архетипы*, имеющие в своем основании «спрессованное» осмысление новых жизненно важных социально-экономических императивов. Мифология от метафизики тем и отличается, что основывается не на глубоком, научном, прогрессивном знании, а на безусловной и часто недоказуемой вере в «экономические чудеса» (как, например, вера отечественных «западников» в «чудеса» рыночного либерализма). Ключевой метафизический архетип для достижения целей формирования инновационного корпоративного менталитета заключается в безусловности восприятия и актуализации жизненного значения и смысла современного когнитивного пространства. Ценность ментальной праксиологии состоит в том, что именно практические паттерны демонстрируют либо преимущества, либо недостатки определенных корпоративных ментальных моделей.

В-пятых, прочно позиционируется инновационное корпоративное мышление, а также закрепляются образцы инновационного поведения персонала и менеджеров, стремящихся к экономической самоактуализации. Естественным результатом ментального менеджмента является новая (постоянно обновляющаяся) система корпоративных внесознательных архетипов и сознательных стереотипов. Сформированный в процессе ментального менеджмента инновационный корпоративный менталитет проявляется в адекватном экономическом поведении менеджеров и персонала. Качество этого поведения тестируется, прежде всего, отношением корпоративного сообщества ко всему творческому, действительно новому; члены персонала должны испытывать непрерывную и ненасыщаемую потребность в новшествах.

Таким образом, *менеджмент ментальных инноваций* – это одна из форм инновационного управленческого капитала, заключающаяся в поиске и использовании путей и способов формирования и развития корпоративных ментальных стереотипов и архетипов мышления и поведения, адекватных требованиям расширенного воспроизводства экономических инноваций. Задачи формирования инновационного корпоративного менталитета связаны, прежде всего, с формированием корпоративных элит, способных создавать систему ценностей, адекватных требованиям инновационного развития экономики. Кроме того, критическое значение имеет формирование самообучающихся организаций с целью развития у сотрудников полноценного мышления, без чего невозможно создание инновационного корпоративного экономического менталитета. Очевидно, что без такого менталитета и одноименного капитала нам не удастся обеспечить переход от экономики собирательства к экономике созидательных смыслов.

Список литературы

1. Алесина А., Джулиано П. Культура и институты. Часть I // Вопросы экономики. – 2016. – № 10. – С. 82–112.
2. Асланов Л.А. Менталитет и власть. Русская цивилизация. Кн. 1. – М.: ТЕИС, 2009. – 557 с.
3. Борисова Е., Кулькова А. Культура, имена и экономическое развитие // Вопросы экономики. – 2016. – № 1. – С. 81–107.
4. Бычкова О. Экономическая ценность институтов культуры: оценка эффективности в публичной политике // Вопросы экономики. – 2016. – № 6. – С. 116–131.
5. Заостровцев А.П. Институциональная история России (О книге Р.М. Нуреева и Ю.В. Латова «Экономическая история России: опыт институционального анализа») // Вопросы экономики. – 2017. – № 5. – С. 136–147.
6. Колесниченко Ю.В. Личность в Евразийстве. Гносеологические основания. – М.: Альфа-М, 2008. – 144 с.
7. Макаров В.Л. Микроэкономика знаний / В.Л. Макаров, Г.Б. Клейнер; Отд. обществ. наук РАН, Центр экон.-мат. ин-т. – М.: Экономика, 2007. – 204 с.
8. Мау В. Уроки стабилизации и перспективы роста: экономическая политика России в 2016 году // Вопросы экономики. – 2017. – № 2. – С. 5–30.
9. Медушевский А. Российские реформы с позиций теории когнитивной истории // Вопросы экономики. – 2016. – № 3. – С. 131–160.
10. Никифоров А., Антипина О. Поведенческая макроэкономика: на пути к новому синтезу // Вопросы экономики. – 2016. – № 12. – С. 88–104.

11. Птуха А.Р., Степанов С.С. На развилке менталитетов. Действенные рецепты для инноваций, бизнеса и закона в России. – СПб.: Алетейя, 2010. – 320 с.
12. Родрик Д. Когда идеи важнее интересов: предпочтения, взгляды на мир и инновации в экономической политике // Вопросы экономики. – 2015. – № 1. – С. 22–45.
13. Розанов В.В. Собрание сочинений. Эстетическое понимание истории (Статьи и очерки 1889–1890 гг.). Сумерки просвещения. – М.: Республика, СПб.: Росток, 2009. – С. 621–816.
14. Российская ментальность (материалы круглого стола) // Вопросы философии. – 1994. – № 1. – С. 22–38.
15. Салихов Б.В. Креативный капитал в экономике знаний: Монография/Б.В. Салихов. – М.: Дашков и К°, 2017. – 274 с.
16. Салихов Б.В. Сетевой менеджмент как новое качество управления интеллектуальным капиталом предприятия / Б.В. Салихов, Б.А. Нейматова // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 3. – С. 2–7.
17. Салихов Б.В. Духовная нравственность экономических исследований, или путь к парадигме созидательных смыслов / Социальная политика и социология. – 2010. – № 2 (56). – С. 24–40.
18. Салихов Б.В., Олигова М.Б. Неявное знание как онтология корпоративных инноваций. Монография. – М.: ФГБОУВПО «Московский государственный университет дизайна и технологии», 2018. – 224 с.
19. Тамбовцев В. Миф о «культурном коде» в экономических исследованиях // Вопросы экономики. – 2015. – № 12. – С. 85–107.
20. Цаплин В.С. Разумное, но не мыслящее / В.С. Цаплин. – М.: Крафт+, 2009. – С. 175.
21. Шадриков В.Д. Ментальное развитие человека. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 284 с.
22. Шкаев Д.Г. Менталитет молодежи в постсоветский период: Аналитический обзор / РАН. ИНИОН. Центр гуманист. науч.-информ. исслед. Отд. философии. – М., 2009. – 56 с.

CORPORATE MENTALITY AS THE FACTOR OF ECONOMIC INNOVATIONS DEVELOPMENT

Salikhova Irina Sergeevna,

Doctor of Economics,

*Professor of accounting, taxation and customs department
Moscow Witte University, Moscow*

*Chief researcher of the Institute of market problems of RAS,
e-mail: irinasalikhova@yandex.ru*

Article purpose consists in revealings of essence of corporate mentality and definition of ways of development of management of the mental innovations, called to provide an innovative vector of development of modern firm. The typology of kinds of modern corporate mentality is given and the reasons of a modern domestic mental economic crisis are proved. The treatment of innovative corporate mentality of the modern enterprise is given, and the administrative technology of its creation is offered.

Keyword: mentality, economic mentality, corporate mentality; archetypes and conscious stereotypes; system of environment, process, the project and object; mental innovations and the mental capital; mental contradictions; management of mental innovations