

ВЕСТНИК
САМАРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО
ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ

№ 4 / 2023

Самара
2023

УДК 338.2+316

ББК 72

В 38-7

ВЕСТНИК

Самарского муниципального института управления

№ 4 / 2023

Теоретический и научно-методический журнал

Основан в 2002 г.

Выходит 4 раза в год

Учредитель журнала:

Автономная некоммерческая организация высшего образования

Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка»

Главный редактор (председатель Редакционного совета журнала)

В. Г. Чумак, д-р социол. наук, профессор, заслуженный работник высшей школы Российской Федерации (Самара, Россия)

Зам. главного редактора (зам. председателя Редакционного совета журнала)

В. М. Рамзаев, д-р экон. наук, доцент (Самара, Россия)

Члены Редакционного совета журнала:

Ю. П. Анисимов, д-р экон. наук, профессор
(Воронеж, Россия);

С. М. Ахметов, д-р техн. наук, профессор
(Атырау, Республика Казахстан);

Н. А. Боброва, д-р юрид. наук, профессор,
(Тольятти, Россия);

А. Л. Гапоненко, д-р экон. наук, профессор
(Москва, Россия);

Б. Н. Герасимов, д-р экон. наук, профессор
(Самара, Россия);

В. И. Дровяников, д-р экон. наук, доцент
(Самара, Россия);

С. А. Дятлов, д-р экон. наук, профессор,
(Санкт-Петербург, Россия);

Е. В. Иода, д-р экон. наук, профессор
(Липецк, Россия);

Г. А. Лукс, д-р социол. наук, доцент
(Самара, Россия);

Е. Г. Попкова, д-р экон. наук, профессор
(Волгоград, Россия);

А. Г. Шеломенцев, д-р экон. наук, профессор
(Екатеринбург, Россия);

Н. П. Щукина, д-р социол. наук, профессор
(Самара, Россия)

Отв. секретарь *И. Ю. Кузьмина*

Вестник Самарского муниципального института управления. —

В 38-7 2023. — № 4. — 120 с.

УДК 338.2+316

ББК 72

Журнал включен ВАК при Минобрнауки России в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.

Журнал индексируется РИНЦ (Россия) и Ulrich's Periodical Directory (USA), реферируется ВИНТИ РАН (Россия).

Полнотекстовый доступ к статьям журнала осуществляется на сайте журнала и на сайте Научной электронной библиотеки (<http://elibrary.ru/>).

Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается.

Приглашаем на наш сайт www.imi-samara.ru, где вы найдете информацию о журнале.

ISSN 2071-9558 (Print)

© Все права принадлежат авторам публикуемых статей

ISSN 2411-8656 (Online)

© АНО ВО Университет «МИР», 2023

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Модернизация управления: готовность
профессиональных сообществ к внедрению технологий
искусственного интеллекта в фармацевтике
Орлова Л. В., Первова Ю. В., Шафранский И. Е. 7

Управление социальными процессами: ESG и ЦТБ
Герасимов В. В., Герасимова К. В., Герасимова Е. О. 16

К вопросу экологической безопасности в условиях
военных конфликтов: социологические
и управленческие аспекты
Мельников Н. Н. 25

Социально-экономические изменения в условиях
политических кризисов и конфликтов
Герасимов В. В., Королев А. А., Герасимова Е. О. 35

Характеристика российского менеджмента
в контексте модели Клакхона и Строббека
Горбунова О. А., Павлович В. Е. 45

Методологические подходы к оценке деятельности
сотрудников общественной организации
Карпова Т. П., Юдин В. А. 55

Социология

Управленческие отношения в Индустрии 4.0
Колмыкова М. А., Четверикова Н. А. 65

Место воинских ритуалов и традиций
в управлении воинской деятельностью
Погребной Д. Н., Сальников А. В. 75

Развитие института высшего образования: образовательная программа магистратуры в области цифрового социального предпринимательства <i>Скирко М. О., Зубова А. О.</i>	81
Коммуникативная стратегия убеждения в англоязычном политическом новостном дискурсе (на материале BBC, The Times, Associated Press, The Guardian, The Independent) <i>Коломийцева О. Ю., Коробова Е. А.</i>	93
Аннотации на английском языке	106
Авторы статей	111

CONTENTS

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS

Modernization of Management: Readiness of
Professional Communities for Artificial Intelligence
Technology Acceptance in Pharmaceutical Industry
L. V. Orlova, Y. V. Pervova, I. E. Shafranskiy 7

Social Process Management: ESG and DBT
V. V. Gerasimov, K. V. Gerasimova, E. O. Gerasimova 16

On the issue of Environmental Safety in Military
Conflicts: Sociological and Managerial Aspects
N. N. Melnikov 25

Social and Economic Changes in the Conditions
of Political Crises and Conflicts
V. V. Gerasimov, A. A. Korolev, E. O. Gerasimova 35

Characteristics of Russian Management in the Context
of Kluckhohn and Strodtbeck's Model
O. A. Gorbunova, V. E. Pavlovich 45

Methodological Approaches to Evaluating
the Performance of Employees of a Public Organization
T. P. Karpova, V. A. Yudin 55

SOCIOLOGY

Management Relations in Industry 4.0
M. A. Kolmykova, N. A. Chetverikova 65

The Place of Military Rituals and Traditions
in the Management of Military Activities
D. N. Pogrebnoy, A. V. Salnikov 75

Development of the Institute of Higher Education: Master's Educational Program in Digital Social Entrepreneurship <i>M. O. Skivko, A. O. Zubova</i>	81
A Communicative Strategy of Persuasion in English-Language Political News Discourse (Based on BBC, The Times, Associated Press, The Guardian, The Independent) <i>O. Y. Kolomiytseva, E. A. Korobova</i>	93
Summaries	106
The authors of the articles	111

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

УДК 316.422:338.28:615.1

© Л. В. Орлова¹, Ю. В. Первова², И. Е. Шафранский³, 2023

¹ Московский государственный университет технологий
и управления им. К. Г. Разумовского (ПКУ)
(МГУТУ им. К. Г. Разумовского (ПКУ)), Россия

^{1,2,3} Самарский государственный технический
университет (СамГТУ), Россия

E-mail ¹: orlovalv313@mail.ru

E-mail ²: sno1911@mail.ru

E-mail ³: ishafran77@mail.ru

МОДЕРНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ: ГОТОВНОСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВ К ВНЕДРЕНИЮ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ФАРМАЦЕВТИКЕ

В статье подробно анализируются перспективы использования технологий искусственного интеллекта (ИИ) в фармацевтической промышленности. Приводятся результаты социологического исследования, показывающие высокий уровень поддержки идеи внедрения ИИ в фармотрасль среди опрошенных. Обсуждаются конкретные направления, где ИИ может принести наибольшую пользу: ускорение разработки новых лекарств, оптимизация производства, контроль качества. Делается вывод о большом потенциале технологий ИИ для модернизации и повышения эффективности фармацевтической индустрии. Предлагаются рекомендации по дальнейшему управлению процессом развития искусственного интеллекта в фармотрасли.

Ключевые слова: нейросети, искусственный интеллект, интеграция, фармация, цифровизация.

Введение

Разработка и применение искусственного интеллекта в различных областях науки и техники продолжают стремительно развиваться.

По данным социологического исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения об отношении россиян к нейросетям, проведенного в апреле 2023 года, были получены сле-

дующие результаты [3]: о нейросетях на момент опроса знают 63% респондентов, впервые услышали — 37%, что-то слышали — 51%, и только 12% россиян хорошо разбираются в теме опроса.

На основе этих данных можно сделать вывод о том, что тема искусственного интеллекта и нейросетей становится все более широко распространенной и освещается в обществе, но еще не полностью интегрирована в повседневный разговор. Поэтому существует потребность в расширении образовательных и информационных инициатив в заданном направлении.

В целом и другие исследования [1, 2] указывают на увеличение интереса к нейросетям в российском обществе, однако также подчеркивают необходимость дополнительных образовательных и просветительских усилий для расширения знаний о технологиях и их влиянии на различные сферы жизни.

Необходимо отметить, что управление процессом развития искусственного интеллекта во всех сферах профессиональной деятельности реализуется в соответствии с Указом Президента РФ «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации». В октябре 2019 г. вступила в силу «Национальная стратегия развития искусственного интеллекта до 2030 года» и дорожная карта, разработанная совместно со стратегией, по развитию искусственного интеллекта в регионах России [4].

Все вышеперечисленное актуализирует цель данного исследования — изучить потенциал применения искусственного интеллекта (далее — ИИ) в фармацевтике, так как считаем, что управление технологиями нейронных сетей в фармацевтической промышленности является одним из наиболее перспективных направлений применения искусственного интеллекта.

Для этого в ноябре 2023 года авторами было проведено социологическое исследование, направленное на изучение готовности профессионального сообщества к внедрению технологий ИИ в фармацевтическую отрасль.

Задачи исследования заключаются в следующем.

1. Выявить уровень осведомленности специалистов об ИИ.
2. Изучить мнение о возможностях использования ИИ в медицинской сфере.
3. Определить мотивацию и готовность респондентов осваивать компетенции в сфере ИИ и необходимость проведения обучающих программ по данной теме.
4. Разработать рекомендации по внедрению ИИ в практику фармотрасли, опираясь на полученные результаты исследования.

Объект исследования — технологии искусственного интеллекта в фармацевтике, предмет исследования — возможность и перспективы их практического применения.

Объем выборки — 114 респондентов, из них 62 респондента — студенты медицинского вуза по специальностям «Фармация!» и «Лечебное дело», 52 респондента — провизоры и фармацевты, врачи и медицинские сестры г.о. Самара. По гендерному признаку в исследовании приняли участие: 77 женщин и 37 мужчин.

Методика опроса: самозаполнение анкет через анонимный открытый онлайн-опрос на платформе «Google формы».

Возрастная категория респондентов представлена на рисунке 1.

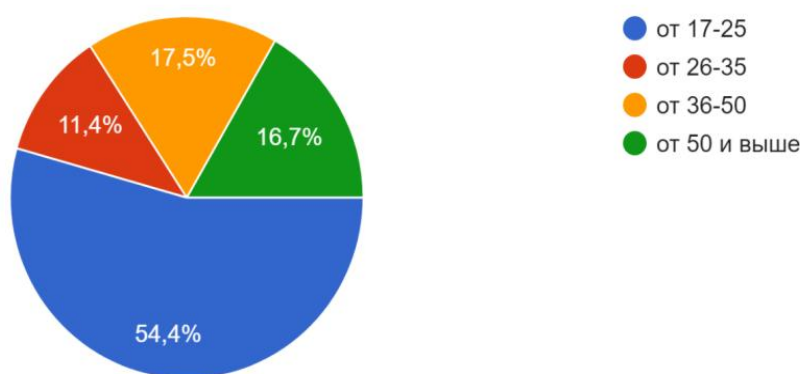


Рис. 1. Возраст респондентов, %

Гипотеза исследования: ИИ имеет значительный потенциал в медицинской практике и фармацевтике, что может привести к улучшению качества предоставления услуг. Использование ИИ в фармацевтической индустрии может повысить эффективность процессов разработки, тестирования и производства лекарственных средств, а также улучшить мониторинг побочных эффектов, что в свою очередь может привести к повышению безопасности и эффективности фармацевтических продуктов.

Результаты исследования

Анализ перспективности использования технологий ИИ в фармацевтической промышленности показал, что подавляющее большинство респондентов высоко оценивают перспективность применения технологий ИИ в фармацевтической отрасли. 50% посчитали это направление очень перспективным, 36% — скорее перспективным. Таким образом, общий уровень позитивных оценок — у 86% опрошенных (рис. 2).

Показатели, полученные при опросе, свидетельствуют о понимании большей частью населения высокого потенциала ИИ для

ускорения разработки, оптимизации производства и контроля качества лекарственных препаратов. Лишь незначительная доля респондентов (3,5%) скептически оценивают перспективность применения ИИ в фармацевтической сфере. Затруднились с ответом 9,6% респондентов, что говорит о недостатке информированности по данному вопросу.

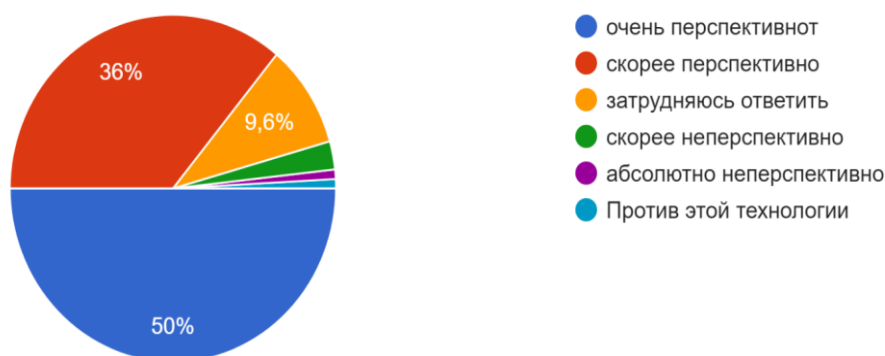


Рис. 2. Отношение респондентов к применению ИИ в фармацевтической промышленности, %

Таким образом, результаты демонстрируют крайне высокий уровень общественной поддержки идеи внедрения технологий ИИ в фармацевтическую отрасль. Это открывает хорошие перспективы для дальнейшего продвижения таких решений при условии просветительской работы с населением.

Далее осуществим интерпретацию ответов на вопрос о необходимых областях фармации для внедрения технологий ИИ (нужно было отметить все подходящие варианты). Результаты ответов представлены на рисунке 3.

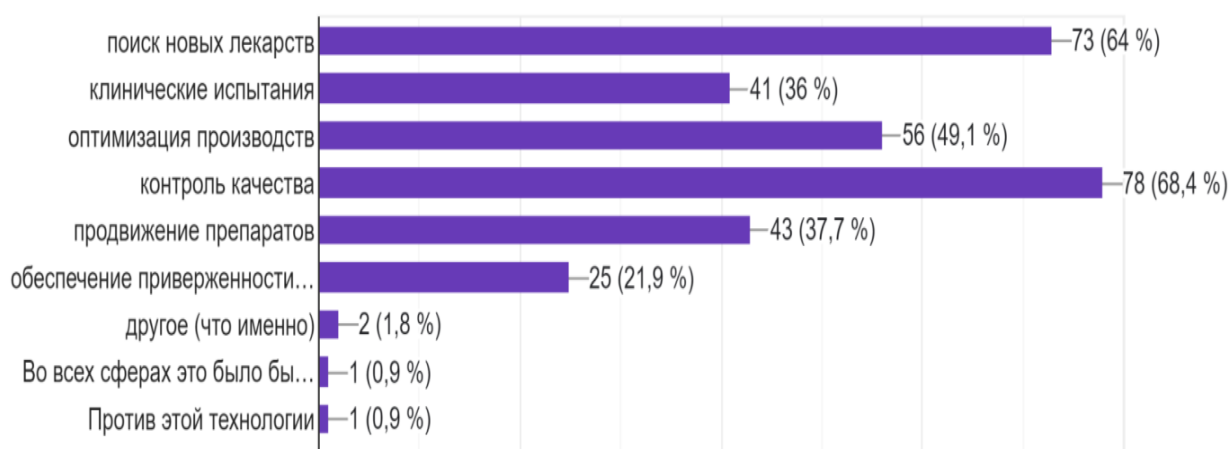


Рис. 3. Области фармации, которые нуждаются во внедрении технологий искусственного интеллекта

Анализ ответов показал, что большинство ответов респондентов (64% и 68,4%) основной областью для применения ИИ считают поиск новых лекарств и контроль качества медикаментов соответственно. Данный показатель указывает на значительный интерес к использованию ИИ в этих направлениях. 36% респондентов видят потенциал в использовании технологий ИИ в области клинических испытаний, что также представляет собой значительную долю, но ниже, чем в других областях. 49,1% респондентов выразили потребность во внедрении технологий ИИ для оптимизации производства лекарств, что свидетельствует о широком признании необходимости в этой сфере. 37,7% респондентов увидели потенциал в использовании технологий ИИ для продвижения препаратов. 21,9% респондентов отметили потребность во внедрении технологий искусственного интеллекта для обеспечения приверженности пациентов лечению, что показывает умеренный уровень интереса к этой области. Только один человек указал на то, что внедрение технологий полезно во всех сферах, что указывает на широкий спектр поддержки внедрения ИИ в различные области фармацевтики.

Ответы респондентов на вопрос «Как вы оцениваете влияние использования искусственного интеллекта в фармацевтике на безопасность лекарств?» сложились следующим образом.

Подавляющее большинство опрошенных (65,5%) полагают, что использование ИИ в фармацевтике «положительно повлияет на безопасность» лекарств. Такой показатель свидетельствует о широкой общественной поддержке внедрения технологий ИИ для контроля качества и минимизации рисков фармпрепаратов. Доля респондентов, выразивших нейтральную позицию (ответ «не повлияет»), сравнительно невелика — 7,1%. Лишь 2,7% опрошенных считают, что ИИ может «снизить безопасность» лекарств.

В то же время достаточно высок процент затруднившихся с ответом (23,9%). Это говорит о том, что значительная часть населения пока недостаточно информирована о потенциале технологий ИИ в фармакологии. Следовательно, необходимо активнее разъяснять обществу возможности искусственного интеллекта для повышения качества и безопасности лекарственных средств, чтобы снять имеющиеся вопросы и сомнения.

Кроме вопросов, связанных с использованием ИИ в фарминдустрии, в анкете были размещены и вопросы, касающиеся использования ИИ в медицинской практике.

Так, на вопрос «Как вы считаете, искусственный интеллект способен заменить врачей-специалистов при подборе лечения для

пациентов?» получены различные мнения респондентов: 49,1% считают, что искусственный интеллект лишь частично может заменить врачей в подборе лечения (это говорит о понимании того, что технологии пока не могут полностью заменить опыт и интуицию человека-медика), и почти 38,6% респондентов выразили убеждение в том, что ИИ не способен заменить врачей в принятии медицинских решений (эта значительная доля респондентов пока не доверяет возможностям технологических алгоритмов в медицинской сфере).

С другой стороны, 7,9% опрошенных полагают, что ИИ полностью готов заменить врачей в подборе лечения. Хотя эта группа невелика, но ее мнение также важно учитывать. 3,5% респондентов затруднились с ответом на вопрос, а 0,9% опрошенных выразили противоположное мнение и оказались против использования этой технологии.

Таким образом, наблюдается неоднозначность общественного мнения по данному вопросу — от полной поддержки до явного сопротивления идее замены врачей-специалистов искусственным интеллектом. Поэтому для повышения доверия важно регулярно проводить разъяснительную работу о возможностях и ограничениях технологий ИИ в медицине.

Результаты ответов на вопрос «Готовы ли вы к назначению врачами лечения на основе рекомендаций искусственного интеллекта?» показали также разнородность мнений респондентов. Суммарно 36,8% опрошенных положительно или скорее положительно относятся к такой перспективе. Чуть выше (39,5%) процент не готовых доверять рекомендациям ИИ в вопросах лечения (это свидетельствует о том, что значительная часть населения пока с недоверием относится к перспективе машинных назначений в медицинской сфере). И довольно высока доля (23,7%) затруднившихся с ответом (это свидетельствует об отсутствии однозначного мнения по данному вопросу у значительной части аудитории).

Таким образом, в целом общественное мнение разделилось примерно на три части: поддерживающих, не поддерживающих и не определившихся. Чтобы сформировать бóльшую общественную поддержку на основе понимания данной проблематики необходимо целенаправленно повышать доверие населения к таким инновациям.

Вызвал беспокойство медицинского сообщества вопрос: «Как вы считаете, внедрение искусственного интеллекта может привести к сокращению рабочих мест?». Подавляющее большинство респондентов (83%) считают, что внедрение ИИ может привести к со-

кращению рабочих мест (54% из них говорят о значительном сокращении рабочих мест, 29,2% — о незначительном). Эти цифры показывают тревогу и опасения большей части населения по поводу последствий развития технологий для рынка труда. Лишь 10,6% респондентов убеждены в том, что ИИ не приведет к сокращению рабочих мест. Один респондент ответил так: «Где-то будет сокращение, но увеличится количество мест, обслуживающих этот ИИ». Таким образом, подавляющее большинство населения в той или иной степени обеспокоено этим аспектом.

Можно сделать вывод о том, что необходимо уделять пристальное внимание созданию благоприятных условий для переобучения и повышения квалификации специалистов в условиях развития ИИ, чтобы сделать этот процесс максимально плавным и с сохранением рабочих мест.

Так как в настоящее время ИИ является горячей темой для обсуждения в студенческом сообществе медицинских вузов, авторами в анкету был включен вопрос о возможности получения дополнительного обучения основам ИИ.

Интерпретация результата ответов респондентов на вопрос: «Хотели бы вы пройти обучение новым технологиям для работы с искусственным интеллектом?» представлена на рисунке 4.

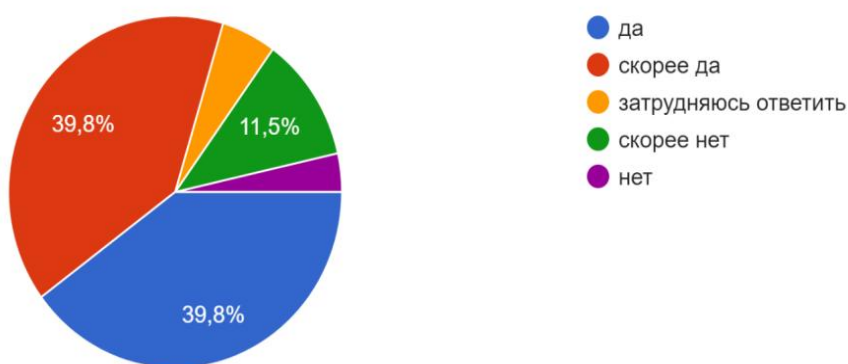


Рис. 4. Желание обучаться новым технологиям, %

Подавляющее большинство опрошенных (79,6%) выразили желание пройти обучение основам нейросетей для повышения своей квалификации. Это свидетельствует об интересе и стремлении освоить новые навыки, понимании их значимости для профессионального развития, чтобы быть конкурентоспособными на рынке труда в условиях цифровизации. Лишь 15% респондентов «не готовы» или «скорее не готовы» проходить подобное обучение. Возможные причины могут включать нежелание углубляться в специфиче-

скую тему, ограниченность времени или уверенность в собственных компетенциях. Многое зависит от поколения врачей. Старшему поколению все-таки сложнее обуздать новые технологии.

Таким образом, результаты показывают сильную мотивацию и готовность подавляющего числа респондентов осваивать компетенции в сфере искусственного интеллекта. Это обнадеживающий факт, демонстрирующий стремление людей идти в ногу со временем и разбираться в современных технологиях, несмотря на существующие опасения относительно их социальных последствий. Необходимо максимально поддержать это стремление предоставлением качественных образовательных программ для изучения возможностей ИИ.

Выводы

Таким образом, исследование с социологической точки зрения возможности использования ИИ в медицинской отрасли и фармацевтической индустрии необходимо для выявления предпосылок для расширения практики его внедрения и последующего применения.

Социологический анализ ИИ в фармацевтическом секторе выявил несколько ключевых областей, в которые ИИ может внести активный вклад. Сюда входят разработка и продвижение лекарственных средств, контроль качества и оптимизация производства.

Считаем, что интеграция ИИ в фармацевтическую промышленность поможет решению следующих проблем:

- спрогнозировать взаимодействие различных лекарственных средств и их возможных побочных эффектов для повышения безопасности и эффективности изготавливаемых препаратов;
- проанализировать большие объемы данных о биологических процессах, болезнях и соединениях для ускорения процесса поиска более эффективных составляющих изготавливаемых препаратов;
- оптимизировать производство и контроль качества, что в конечном итоге приведет к повышению эффективности и безопасности продукта [5, 6].

Считаем, что внедрение искусственного интеллекта в фармацевтику возможно на основе создания проектов, суть которых — объединить в команду профессионалов из сферы программирования и ИИ со специалистами в области медицины.

В рамках данной работы необходимо отметить, что преимущество ИИ хорошо раскроется во врачебной практике при индиви-

дуализированном подходе, так как может быть использовано для разработки индивидуальных методов лечения с учетом особенностей пациента, повысив эффективность лечения и снизив риск побочных эффектов от применяемых лекарственных средств.

Литература

1. Чубов С. А., Тарасюк Н. А. Возможности применения искусственного интеллекта в процессе формирования профессиональной компетентности будущих фармацевтов // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2021. № 3 (59). С. 210-217.

2. Никульников Н. В., Измайлов А. М. Влияние цифровых технологий на развитие фармацевтической промышленности // Креативная экономика. 2022. Т. 16. № 11. С. 4391-4408. DOI: 10.18334/ce16.11.116420.

3. Нейросети и человек. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/neiroseti-i-chelovek-nachalo335184/>.

4. Указ Президента РФ от 10.10.2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года») // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_335184.

5. Использование нейросетей в фармацевтике: разработка новых лекарств и анализ эффективности терапии. URL: <https://dzen.ru/a/ZGOJ8DRZ5WKvCThB>.

6. Делать из нейросети врача: как ИИ помогает в медицине. URL: <https://iz.ru/1531810/alena-svetunkova/delat-iz-neiroseti-vracha-kak-ii-pomogaet-v-meditcine>.

Статья поступила в редакцию 17.11.23 г.

*Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

УДК 316.4+65.01

© В. В. ГЕРАСИМОВ¹, К. В. ГЕРАСИМОВА², Е. О. ГЕРАСИМОВА³, 2023

^{1,2,3} Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики (ПГУТИ),
г. Самара, Россия

E-mail ¹: v.gerasimov@psuti.ru

E-mail ²: slavon131@mail.ru

E-mail ³: e.o.gerasimova@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМИ ПРОЦЕССАМИ: ESG И ЦТБ

Динамично изменяющаяся среда и высокий уровень конкуренции — реалии современного бизнеса, где компании постоянно сталкиваются с новыми вызовами и трудностями. В статье с позиции управления социальными процессами представлен анализ возможности комплексного внедрения (применения) в российских компаниях цифровизации и ESG-принципов. Проанализированы преимущества внедрения обеих стратегий, выявлены точки их соприкосновения и перспективы совместного применения.

Ключевые слова: цифровая трансформация бизнеса, ESG-трансформация, устойчивое развитие, цифровизация, цифровые технологии, социальные процессы.

Для того чтобы оставаться конкурентоспособными, компаниям необходимо адаптироваться к изменяющимся условиям рынка.

Одной из ключевых современных стратегий ведения бизнеса является цифровая трансформация. Она представляет собой процесс внедрения цифровых технологий во все сферы своего бизнеса. Однако цифровая трансформация предполагает не просто внедрение различного программного обеспечения и технологий, а переход принципов, стратегии ведения бизнеса, инфраструктуры и корпоративной культуры компании в цифровую среду [3].

Цифровая трансформация тесно связана с концепцией устойчивого развития и в последние годы стала одним из важнейших инструментов для ее достижения.

Устойчивым называется такое развитие, которое способствует сохранению природных ресурсов и окружающей среды, а также решению социальных проблем населения. Устойчивое развитие базируется на таких принципах, как экологическое равновесие, социальная ответственность и экономический рост. Напрямую с концепцией устойчивого развития связана стратегия ESG (Environmental Social

Governance)], что значит «экологичное социальное корпоративное управление».

В связи с этим цель *данной работы* — проанализировать возможность комплексного внедрения (применения) ESG-трансформации и цифровой трансформации бизнеса (ЦТБ) с позиции управления социальными процессами, выявив точки их соприкосновения.

Объект исследования — ЦТБ и ESG-трансформация российских компаний.

Предмет исследования — взаимосвязь между цифровой трансформацией и ESG-трансформацией.

Несмотря на обсуждение в научном мире актуальных в настоящее время принципов ESG, до сих пор возникают вопросы по их применению на практике [1].

Итак, ESG-стратегия базируется на трех основных принципах: экологичность и забота об окружающей среде, социальная ответственность бизнеса, грамотное корпоративное управление.

Под экологичностью понимается стремление компании оказывать меньше вреда на окружающую среду путем использования различных «экологичных» технологий и материалов, сокращения выбросов вредных веществ и отходов, ответственного использования природных ресурсов, поддержки экологичных проектов.

Под социальной ответственностью понимается забота компании о сотрудниках, партнерах и клиентах, а также содействие решению социально-экономических проблем. Это значит, что компания предлагает сотрудникам комфортные и безопасные условия труда и достойную зарплату, социальную и материальную поддержку, обеспечивает равные карьерные возможности, поддерживает различные социальные проекты.

Под грамотным корпоративным управлением понимается такой подход к управлению и ведению бизнеса, который способен обеспечить минимизацию управленческих рисков, прозрачную финансовую отчетность, отсутствие коррупции и других правонарушений, соблюдение этических норм.

Согласно стратегии ESG, цель бизнеса состоит не только в получении прибыли, но и в принесении пользы окружающему миру и улучшении условий жизни [2].

На сегодняшний день в России по этому направлению работают в основном крупные компании, являющиеся лидерами на мировом рынке. К таким компаниям можно отнести некоторые банки, такие как Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк. Некий уровень вовлеченности к во-

просам устойчивости и ESG имеют такие производственные компании, как Газпром, ЛУКОЙЛ, Сбербанк-Технологии, Роснефть и др.

ESG-трансформация российских компаний в связи с вводом санкций не потеряла свою актуальность, но была скорректирована в пользу российских ESG-проектов, а также с учетом развития сотрудничества на новых рынках [11].

Считаем, что в ближайшее время интерес к принципам ESG будет возрастать по нескольким причинам.

1. Стремление к устойчивости.

В период кризиса компании часто осознают важность устойчивости, включая экологическую, социальную и управленческую ответственность. Интеграция принципов ESG может помочь компаниям укрепить свою устойчивость в сложных условиях.

2. Повышение доверия.

Принятие ESG-принципов способствует повышению доверия со стороны потребителей, инвесторов и общества в целом. Компании стремятся демонстрировать свою ответственность в условиях кризиса для сохранения репутации и лояльности клиентов.

3. Управление рисками.

ESG-критерии также могут служить инструментом управления рисками, включая социальные и экологические аспекты. Компании, интегрирующие эти принципы, более гибки и подготовлены к различным вызовам, в том числе связанным с военными конфликтами.

4. Инвестиционный интерес.

Инвесторы все чаще оценивают компании с учетом их ESG-показателей [5]. В условиях кризиса, когда инвесторы становятся более осмотрительными, принципы ESG могут быть ключевым фактором при принятии решений о вложениях.

5. Поддержка общественных ценностей.

В условиях кризиса компании могут стремиться активнее поддерживать социальные и экологические инициативы, чтобы внести свой вклад в улучшение общественного благосостояния.

Для оценки того, насколько компания соответствует критериям ESG, используются различные ESG-рейтинги. Они представляют собой оценку экологических, социальных и управленческих рисков, которые могут нанести вред развитию бизнеса. Ими пользуются преимущественно инвесторы и иногда кредиторы для принятия решения о работе и сотрудничестве с компанией. Рейтинг также позволяет увидеть руководству компании слабые стороны бизнеса

и возможности для его роста. Так, стратегический партнер России — Китай — активно стремится к устойчивому развитию. И у российских компаний, выходящих на азиатский рынок, существует интерес к оценке их деятельности по принципам ESG.

Однако следует учитывать, что уровень доступности информации и рейтингов может различаться.

Рассмотрим несколько источников и инициатив, которые связаны с ESG в Китае:

- China Securities Regulatory Commission (CSRC) — регулятор финансовых рынков; в Китае внедряет меры для улучшения управления рисками и повышения прозрачности, включая аспекты ESG, в деятельности китайских компаний;

- Shanghai Stock Exchange (SSE) и Shenzhen Stock Exchange (SZSE) — фондовые биржи; в Китае также активно работают над внедрением стандартов ESG и стимулируют компании раскрывать информацию по этим критериям;

- широкие национальные инициативы: Китай внедряет различные стратегии и национальные планы, направленные на решение экологических и социальных проблем, что также подчеркивает стремление к устойчивому развитию;

- Green Finance Initiatives: Китай активно развивает зеленое финансирование, включая выдачу «зеленых» облигаций и др.

В последние годы общество обращает большое внимание на экологические и социальные проблемы современности. Люди стали отдавать предпочтение экологически и социально ответственному бизнесу. Как следствие, несмотря на то что ESG-стратегия направлена в основном на улучшение нефинансовых показателей, высокий уровень осуществления компанией ESG-трансформации может стать значимым конкурентным преимуществом, делая ее более привлекательной для клиентов, инвесторов и партнеров, что напрямую влияет на прибыль, финансирование и репутацию.

Комплексное внедрение ЦТБ и ESG-трансформации в российских компаниях позволит автоматизировать, оптимизировать и ускорить выполнение многих рутинных процессов и операций [4].

Такое изменение имеет целый ряд преимуществ [7]:

- 1) позволяет сэкономить различные ресурсы, которые можно потратить на выполнение более приоритетных задач;
- 2) сократить издержки и расходы компании;
- 3) свести к минимуму возможность ошибки и влияние человеческого фактора.

Кроме этого, без цифровых технологий невозможно в полной мере реализовать ESG-трансформацию.

Например, в сфере экологии цифровые технологии активно используются для мониторинга и прогнозирования вредного воздействия на окружающий мир.

На уровне среднестатистической компании можно экологическую составляющую совместить с экономической: перевод компании с бумажного на электронный документооборот позволит значительно сократить расходы на печать документов, сопутствующие расходные материалы, обслуживание печатного оборудования, содержание бумажного архива и доставку документов, что в свою очередь приведет к сокращению «углеродного следа» компании.

В сфере корпоративного управления цифровые решения применяются, во-первых, для обеспечения оптимизации бизнес-процессов, высокой производительности и эффективности работы, информационной безопасности предприятия. К таким технологиям относятся системы управления проектами; ERP-, SAP-, CRM-системы; системы электронного документооборота. Технологии искусственного интеллекта и анализа данных применяются для прогнозирования различных параметров и характеристик, являющихся ключевыми для конкретной организации. Искусственный интеллект также используется для фильтрации входящего трафика, выявления уязвимостей в системах безопасности и алгоритмах шифрования, выявления и защиты от кибератак и хищения данных. Электронный документооборот уменьшит время обработки различной документации и трудозатраты сотрудников на рутинные процессы делопроизводства. Во-вторых, с помощью цифровых технологий можно улучшить внутрикорпоративную коммуникацию. Добиться этого можно, используя различные платформы, сервисы и инструменты для совместной работы, а также грамотно построив каналы связи между сотрудниками. Это позволит различным отделам и рабочим группам компании сотрудничать в режиме реального времени, более оперативно и эффективно принимать решения и вести работу над проектами. Это особенно актуально в условиях удаленного формата работы, который в последнее время становится все популярнее.

В социальной сфере тоже нашли свое применение различные цифровые технологии и применяются они в основном для обеспечения безопасности труда. Роботы могут заменить человека, если работа предстоит в опасных для жизни условиях. Используя ком-

пьютерное зрение и интернет вещей можно выявлять и предотвращать опасные случаи на производстве. С помощью технологий виртуальной и дополненной реальности и цифровых тренажеров можно более эффективно обучать сотрудников. Это особенно актуально для сотрудников, чья работа сопряжена с большим риском и высоким уровнем ответственности [8, 9].

Согласно результатам исследования «ESG в цифровом мире: вызовы и возможности», проведенного Центром устойчивого развития Школы управления СКОЛКОВО совместно с компанией «Технологии доверия» (ТеДо) [6], наибольшую популярность среди всех цифровых решений имеют искусственный интеллект и продвинутая аналитика. Это объясняется широким спектром их возможностей и тем, что данные технологии способны прогнозировать различные тенденции и тренды, выявлять закономерности. Следующим по частоте применения является интернет вещей (IoT). Это объясняется его возможностью собирать большое количество данных и автоматизировать различные процессы. IoT также применяется в природоохранной области для ведения мониторинга параметров окружающей среды, что особенно актуально для ESG-трансформации. Другие технологии имеют меньший процент применения ввиду своей специфичности (рис. 1) [10].

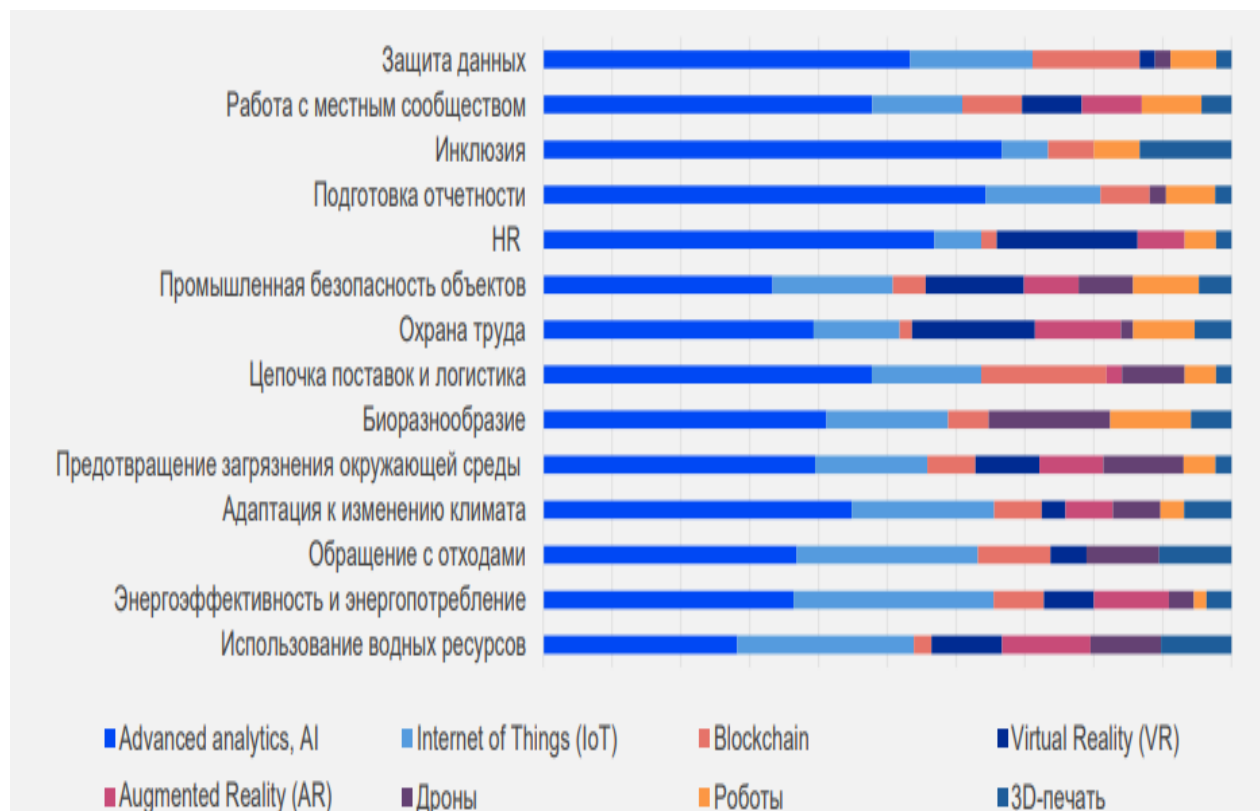


Рис. 1. Применение цифровых технологий в области ESG [6]

Чаще всего цифровые технологии применяются в таких процессах, как подготовка отчетности, защита данных, управление персоналом, управление цепочкой поставок и логистикой. В меньшей степени применяются цифровые технологии в экологической сфере. Это связано с относительной новизной ESG-трансформации в России и соответственно отсутствием развитой практики внедрения подобных решений, а также недостаточным уровнем необходимого опыта и знаний (рис. 2).



Рис. 2. Процентное соотношение применения цифровых технологий в рамках ESG-деятельности [6]

Результаты исследования также выявили ряд проблем, препятствующих комплексному внедрению ЦТБ и ESG-трансформации в компаниях (рис. 3), наибольший процент которых приходится на нехватку должного уровня компетенций (45%) и опыта внедрения концепции ESG (44%). Как следствие — отсутствие понимания важности совместного внедрения ESG и цифровой трансформации. Результат: сотрудникам компании сложно наладить совместную работу в этой области. Все перечисленные факторы имеют прямую связь друг с другом. Наименьший процент (11%) приходится на недостаточное развитие цифровых практик, что объясняется ранее замеченным слабым развитием применения цифровых технологий в некоторых областях ESG-деятельности.



Рис. 3. Проблемы, с которыми сталкиваются компании при внедрении цифровых технологий и ESG [6]

Таким образом, можно сделать заключение о том, что ЦТБ играет важную роль в осуществлении ESG-трансформации. Несмотря на то, что в данный момент в рамках ESG-трансформации цифровые технологии применяются лишь частично и в некоторых областях применяются слабо, цифровая трансформация имеет все возможности для своего развития в области ESG. Также стоит учитывать и тот факт, что работа российских компаний на основе ESG-принципов сравнительно недавно стала обретать популярность. С течением времени и ростом научно-технического прогресса специалисты компаний обретут должные компетенции, навыки и опыт, необходимые для комплексного применения ESG и ЦТБ.

Литература

1. Зубова А. О., Филатова Ю. А. Реализация программы устойчивого развития в сфере трудовых отношений // Вестник Самарского муниципального института управления. 2023. № 1. С. 34-41.
2. 10 Reasons Sustainability Needs To Be Part Of Your Digital Transformation Strategy. URL: <https://www.forbes.com/sites/louiscolombus/2020/11/08/10-reasons-sustainability-needs-to-be-part-of-your-digital-transformation-strategy/?sh=78c51cb97ef6>.
3. 13 Benefits of Digital Transformation to Inspire You in 2023. URL: <https://theecmconsultant.com/benefits-of-digital-transformation/>.
4. ESG and Digital Transformation in Business. URL: <https://www.future-processing.com/blog/esg-and-digital-transformation/>.
5. ESG strategy and management: Complete guide for businesses. URL: <https://www.techtarget.com/sustainability/feature/ESG-strategy-and-management-Complete-guide-for-businesses>.

6. ESG в цифровом мире: вызовы и возможности. URL: <https://data.tedo.ru/esg/esg-digital.pdf>.

7. Лопаткова Я. А. Цифровизация как фактор достижения устойчивого развития мировой экономики // Вестник университета. 2022. № 12. С. 37-45.

8. Мальцев А. А., Мальцева В. А. Цифровизация экономики в контексте реализации Целей устойчивого развития: обзор ключевых экспертных докладов 2019 г. // Вестник международных организаций. 2020. Т. 15. № 4. С. 189-195. DOI: 10.17323/1996-7845-2020-04-09.

9. Цифровая трансформация и устойчивое развитие: важность комплексного подхода. URL: <https://www.brother.ru/blog/business/2021/b23-digital-transformation-sustainability>.

10. Что такое цифровая трансформация? URL: <https://www.sap.com/central-asia-caucasus/insights/what-is-digital-transformation.html>.

11. Как российский бизнес отформатировал ESG-повестку / РБК отрасли. URL: <https://www.rbc.ru/industries/news/6584463f9a794742535cb1c5>.

*Статья поступила в редакцию 01.11. 23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

УДК (504.064:355.02)+316.4.063

© Н. Н. Мельников, 2023

Санкт-Петербургский государственный

лесотехнический университет

им. С. М. Кирова (СПбГЛТУ), Россия

E-mail: newrolog@list.ru

К ВОПРОСУ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ ВОЕННЫХ КОНФЛИКТОВ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

В статье представлен анализ социологических и управленческих аспектов экологической безопасности в условиях военных конфликтов. Раскрывается содержание термина «экологическая безопасность». Обозначены экологические последствия трех военных конфликтов, происходивших после окончания Второй мировой войны. Предлагаются управленческие методы, позволяющие снизить негативные экологические последствия вооруженных конфликтов. Полученные при анализе результаты могут быть использованы как преподавателями по направлению «социология управления», так и практикующими аналитиками.

Ключевые слова: экологическая безопасность, военный конфликт, управленческие аспекты, устойчивое развитие.

Введение

Изучение различных аспектов, связанных с экологической безопасностью в условиях военных конфликтов, должно занимать центральное место в научных исследованиях по следующим причинам.

Во-первых, военные конфликты, как будет видно в дальнейшем, приводят к значительному экологическому ущербу: загрязнению земли, воды и воздуха, уничтожению экосистем и биоразнообразия. Исследование способов минимизации и управления таким ущербом имеет первостепенное значение для сохранения природных ресурсов и здоровья населения.

Во-вторых, сохранение экологической безопасности является ключевым элементом устойчивого развития. В условиях военных конфликтов достижение целей устойчивого развития становится еще более сложной задачей, требующей особого внимания к экологическим факторам.

В-третьих, понимание связи между военными конфликтами и экологическими рисками позволяет разработать превентивные ме-

ры для предотвращения или минимизации экологического ущерба в будущем.

Полагаем, что все вышеперечисленное указывает на актуальность настоящей работы, цель которой — проанализировать социологические и управленческие аспекты экологической безопасности в условиях военных конфликтов.

Указанная цель опосредует реализацию следующих задач:

— раскрыть содержание термина «экологическая безопасность»;

— отметить основные военные конфликты, происходившие после окончания Второй мировой войны, а также то, каким образом они повлияли на экологическую безопасность;

— предложить управленческие методы, позволяющие снизить разрушительный характер военных конфликтов для окружающей среды после их окончания.

Объектом исследования выступает экологическая безопасность в контексте военных конфликтов. Предмет исследования — управленческие методы, позволяющие предотвращать и снижать негативные последствия военных конфликтов для окружающей среды.

Методология исследования: анализ специальной литературы, нормативно-правовых актов, сравнительный анализ, дедукция, синтез.

Результаты исследования

В первую очередь представляется необходимым раскрыть содержание термина «экологическая безопасность». А. А. Токтогулов в рамках своего исследования утверждает, что «безопасность» существует на разных уровнях, включая международный, региональный и национальный [1]. Национальная безопасность в свою очередь имеет непосредственное отношение к состоянию, динамике и условиям существования общности людей, которую можно определить в качестве этнической группы или политической единицы. При этом национальная безопасность подразумевает надежную защиту указанных политических единиц. Под этим следует понимать обеспечение их выживания и свободного, независимого развития, а также процветания, несмотря на противодействие вредоносных внешних сил, к которым в том числе следует отнести природные или социальные угрозы.

В современном мире экологическая безопасность является частью национальной безопасности и ключевым элементом системы

мер, направленных на обеспечение безопасного состояния человечества и окружающей среды. Если обратится к ст. 1 Федерального закона Российской Федерации от 10 января 2002 года № 7 «Об охране окружающей среды» (далее — ФЗ № 7), то выяснится, что законодатель понимает экологическую безопасность в качестве такого состояния окружающей среды и интересов, являющихся жизненно важными для отдельно взятых индивидов, при котором экономическая и иная деятельность, а также природные и техногенные аварийные ситуации не могут нанести им вред [2].

Факт заключается в том, что конфликты всегда были неотъемлемым аспектом человеческой цивилизации. Действительно, проявление конфликтов в виде прямых боевых действий и военных столкновений оказывало существенное воздействие на мир на протяжении всего XX в., что привело к гибели более ста миллионов человек в ходе ряда крупных и мелких войн, что подтверждается результатами исследования М. Лейтенберга [3]. Помимо довольно очевидного негативного воздействия войн на человеческое население, они также оказывают значительное влияние на биосферу в различных экологических масштабах. Как утверждают С. Д. Уоррен и его коллеги, степень воздействия военных действий на экосистему и составляющие ее популяции полностью зависит от характера нарушения, чувствительности биологической системы (включая устойчивость) и временных рамок воздействия [4]. Следовательно, антропогенный конфликт способен оказать широкий спектр воздействия на биоразнообразие, структуру и функционирование экосистем.

Акцентируем внимание на следующих военных конфликтах, имевших место после окончания Второй мировой войны: Вьетнамская война (1955-1975 гг.), операция «Буря в пустыне» (1990-1991 гг.), Югославские войны (1991-2001 гг.).

1. Вьетнамская война.

А. В. Захаров в рамках своего исследования утверждает, что Соединенные Штаты Америки осуществляли технику бомбежки, которая приводила к массовому разрушению экосистем, охватывая земные участки, эквивалентные размерам тридцати футбольных полей [5]. Этот процесс вел к полному истреблению флоры и фауны на обширных территориях, в результате чего было разрушено двадцать шесть процентов площади Южного Вьетнама. Кратеры, оставшиеся после бомбежек джунглей, наполнялись водой, становясь местами для размножения малярийных комаров и очагами распространения тропической малярии, что делало эти зоны непригод-

ными для сельского хозяйства на многие годы вперед. Общая площадь этих воронок достигала ста тысяч гектаров. Кроме того, около полутора миллионов гектаров джунглей были уничтожены путем сжигания напалмом, в результате чего земля превращалась в пейзаж, напоминающий лунную поверхность из-за полного отсутствия растительности и сожженной почвы.

Однако наибольшую опасность для экологии Вьетнама представляли химические вещества. В период 1961-1971 гг. войска США распылили более 20,2 млн галлонов военных гербицидов для дефолиации лесов и мангровых зарослей на территории тогдашнего Южного Вьетнама, что должно было позволить лишить вражеские войска укрытия и сделать более заметными цели бомбардировок [6]. Относительно небольшое количество (2%) было использовано для дефолиации периметра военных баз; 9% от общего количества было использовано для уничтожения «недружественных» культур в качестве средства сокращения поставок продовольствия противнику.

Военные гербициды получили прозвища в соответствии с цветными полосами на их 55-галлонных бочках. «Агент Оранж» представлял собой смесь бутоксиэтаноловых эфиров 2,4-дихлорфеноксиуксусной кислоты (2,4-D) и 2,4,5-трихлорфеноксиуксусной кислоты (2,4,5-T). «Агент Блю», состоящий из диметиларсиновой кислоты (соль какодиловой кислоты), использовался в основном для уничтожения сельскохозяйственных культур. «Агент Уайт» представлял собой смесь 2,4-D и пиклорама. Гербициды, содержащие 2,4,5-T, были загрязнены диоксином (2,3,7,8-тетрахлордibenзо-п-диоксин [ТХДД]). Масштабы и последствия содержания ТХДД не были широко известны или оценены вплоть до 1970-х годов, когда 2,4,5-T был запрещен к использованию в большинстве стран из-за доказательств его тератогенного воздействия.

2. Операция «Буря в пустыне».

Экологические последствия войны в Персидском заливе в 1991 году затронули воздух, морскую среду и наземную экосистему. В начале 1991 года было взорвано более восьмисот нефтяных скважин [7]. Максимальное количество нефти и газа при нефтяных пожарах составило около 355 тыс. тонн и 35 млн м³ соответственно в сутки. Выбросы сажи при сжигании нефти и газа составили около двадцати тысяч тонн в день, а общий выброс диоксид углерода (CO₂) — около 24 тыс. тонн в день. Выброс CO₂ при сжигании нефти и газа в Кувейте оценивается примерно в 130-140 млн тонн. Большое количество частиц в воздухе оказало очень сильное влияние на климат Кувейта и соседних стран. Сажа и нефть покрыли обширные

территории в Кувейте, Северной Саудовской Аравии и Персидском заливе.

Нефть из нефтяных скважин образовала сеть рек и озер на суше. Общий объем нефти, попавшей в эти озера и реки, оценивается в 10–20 млн тонн. В 1991 году нефть покрыла до 200 км² земли, образовав около 250 озер [8]. В 1992 году эта цифра сократилась до 50 км², частично из-за выветривания и проникновения нефти в землю. Общая площадь нефтяных озер, рассчитанная по спутниковым снимкам в 1998 году, составила около 24 км².

Морская среда подверглась воздействию большого количества нефтяных углеводородов, объем разлива которых оценивается от 1 до 1,7 млн тонн [9]. Было загрязнено около 700 км береговой линии Саудовской Аравии с общей площадью прибрежья около 34 км². Нефть на побережье Саудовской Аравии оказалась в мелководных лагунах, болотах и на равнинах, покрытых растительностью. Здесь нефть нанесла значительный ущерб, вызванный физическими свойствами воздействия нефти на растительность и животных. От 50 до 90% фауны этих районов (в основном крабы, амфиподы и моллюски) были уничтожены.

3. Югославские войны.

Значительный экологический ущерб был нанесен в результате разрушения комплекса химических заводов в Панчево, примерно в двенадцати милях от Белграда. По данным НАТО, комплекс нефтехимических заводов и заводов по производству удобрений в Панчево, а также авиационный завод в Лола-Утве производили химикаты и запчасти для военных и гражданских целей [10].

Самолеты НАТО нанесли по химическому комплексу по меньшей мере 56 ракетных ударов между 24 марта и 8 июня 1999 года [11]. Состав химикатов, выброшенных в атмосферу, включал: 15 тыс. тонн аммиака, 1,8 тыс. тонн дихлорида этилена, 1,5 тыс. тонн винилхлорид-мономера и 250 тонн хлора. В результате бомбардировок в грунтовые воды также попала ртуть.

Если обратиться к тексту заключительного доклада ЮНЕП/УНЦГ (Программа ООН по окружающей среде и Центр ООН по населенным пунктам), представленного в ООН 9 октября 1999 года, то выяснится, что, согласно мнению ряда экспертов, косовский конфликт не привел к экологической катастрофе, затронувшей Балканский регион в целом [12]. Тем не менее были выявлены четыре экологические «горячие точки», считающиеся источниками серьезных проблем с загрязнением окружающей среды и требо-

вавшие в тот момент принятия немедленных мер: Панчево, Крагуевац, Нови-Сад и Бор.

Анализ экологических последствий трех военных конфликтов позволяет утверждать, что одним из наиболее эффективных методов предупреждения нанесения ущерба экологической безопасности региона является принятие соответствующих международных нормативных актов.

Так, в период 1955-1975 гг. отсутствовали международные конвенции, текст которых запрещал бы использование в боевых действиях таких средств, которые наносили бы вред окружающей среде. В результате Вьетнамской войны были приняты два международных документа: Протокола I к Женевским конвенциям 1949 года и ENMOD. В рамках настоящей работы интерес представляет первый [13].

Посредством Протокола I в Женевскую конвенцию 1949 года были внесены существенные изменения, в том числе касающиеся защиты окружающей среды. Несмотря на то, что часть статьи 35.1 практически дословно повторяет принцип Гаагской конвенции 1907 года, Протокол I конкретизировал указанные требования в отношении защиты окружающей среды: «Запрещается применять методы или средства ведения войны, которые предназначены или, как можно ожидать, приведут к широкомасштабному, долгосрочному и серьезному ущербу для природной среды». Полагаем, что именно отсутствие соответствующей международной нормативной базы привело к ситуации, при которой именно Вьетнамская война стала наиболее разрушительным для окружающей среды конфликтом относительно трех рассмотренных нами.

Однако если рассмотрим статьи Протокола I в контексте действий НАТО в Югославии, то сразу же возникает вопрос о том, какой конкретно ущерб природе следует считать «широкомасштабным, долгосрочным и серьезным». Несмотря на то, что статья 54 запрещает нападать, уничтожать или приводить в негодность «объекты, необходимые для выживания гражданского населения», нападение НАТО на заводы в Панчево могло лишить население водоснабжения, хотя его основной целью и не являлось именно это.

Если акцентировать внимание на управленческих методах, позволяющих снизить негативное последствие вооруженных конфликтов на окружающую среду после их завершения, то о них следует сказать следующее.

Во-первых, как следует из анализа трех вышеприведенных конфликтов, военнослужащие каждой из сторон, принимающих

участие в конфликте, не ставят перед собой даже в виде косвенной цели сохранение окружающей среды.

В связи с этим полагаем, что актуальными управленческими инструментами могут быть следующие: включение экологических норм и стандартов в военные учебные программы и планы подготовки военнослужащих для повышения осведомленности и ответственности за экологические последствия.

Во-вторых, как следует из текста ст. 63 ФЗ № 7 и информации, содержащейся на официальном сайте Министерства РФ по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий, экологический мониторинг включает в себя реализацию следующих мероприятий: мониторинг состояния атмосферы, земельных, лесных и водных ресурсов, животных, экологии озера Байкал, континентального шельфа РФ, состояния недр, исключительной экономической зоны, внутренних морских вод и территориального моря Российской Федерации [14].

Следовательно, в зону ответственности Вооруженных сил РФ не входят мероприятия, связанные с экологическим мониторингом. Таким образом, особую актуальность приобретает создание специализированных экологических подразделений в вооруженных силах, занимающихся оценкой и смягчением экологического ущерба в ходе военных конфликтов.

Кроме того, полагаем, что действенными управленческими методами, позволяющими сохранить экологическую безопасность в рамках военного конфликта, могут стать следующие:

- организация постконфликтной оценки экологического ущерба с привлечением международных экспертов и использование этих данных для планирования ремедиационных мероприятий;
- планирование и реализация программ восстановления поврежденных экосистем и устранения последствий загрязнения, включая рекультивацию земель и очистку водоемов.

Выводы

На основании вышеизложенного приходим к следующим выводам.

1. Экологическая безопасность — это такое состояние окружающей среды и интересов, являющихся жизненно важными для отдельно взятых индивидов, при котором экономическая и иная деятельность, а также природные и техногенные аварийные ситуации не могут нанести вред человеку и его деятельности.

2. Вьетнамская война оказала уникальное воздействие на эко-

систему из-за массового применения дефолиантов, что привело к долгосрочным последствиям для здоровья населения и окружающей среды. Операция «Буря в пустыне» привлекла внимание к проблеме экологического терроризма из-за преднамеренного поджога нефтяных скважин, что оказало воздействие на глобальный климат и региональную экологию. Югославские войны привели к обширному разрушению гражданской инфраструктуры и потенциальному радиационному загрязнению от бомбардировок химических заводов.

3. Все три рассмотренных в рамках настоящей работы военных конфликта привели к разрушению экосистем и инфраструктуры, но характер и масштаб воздействий различались. Вьетнамская война, согласно нашему мнению, оказалась наиболее разрушительной для экологической обстановки региона по следующим причинам: длительность конфликта, продолжавшегося порядка двадцати лет, открытое использование химического оружия.

4. Анализ экологических последствий трех конфликтов позволяет утверждать, что одним из наиболее эффективных методов, позволяющих нивелировать негативные экологические последствия в будущем, является принятие соответствующих международных нормативных актов. В частности, полагаем, что на сегодняшний день текст Протокола I требует внесения существенных изменений в части определения размера ущерба природной среде. Кроме того, представляется необходимым запретить ряд действий (например, уничтожение объектов, которые косвенно могут лишить население продуктов питания и воды), которые в долгосрочной перспективе наносят вред населению и окружающей среде независимо от целеполаганий стороны, принимающей участие в боевых действиях.

5. Эффективными управленческими методами, позволяющими в долгосрочной перспективе снизить негативные экологические последствия военных конфликтов, являются следующие: включение экологических норм и стандартов в военные учебные программы и планы подготовки военнослужащих для повышения осведомленности и ответственности за экологические последствия; создание специализированных экологических подразделений в вооруженных силах, занимающихся оценкой и смягчением экологического ущерба в ходе военных конфликтов; организация постконфликтной оценки экологического ущерба с привлечением международных экспертов и использование этих данных для планирования ремедиационных мероприятий; планирование и реализация программ восстановле-

ния поврежденных экосистем и устранения последствий загрязнения, включая рекультивацию земель и очистку водоемов.

Литература

1. Токтогулов А. А. Экологическая безопасность: понятие и сущность // Евразийский союз ученых. Серия: Педагогические, психологические и философские науки. 2021. № 5 (86). С. 4-6.
2. Федеральный закон Российской Федерации от 10.01.2002 г. № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды» (последняя редакция). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/.
3. Leitenberg M. Deaths in Wars and Conflicts in the 20th Century / 3rd ed. // Available from the Cornell University Peace Studies Program. Ithaca, NY, 2006. 86 p.
4. Warren S. D., Holbrook S. W., Dale D. A., Whelan N. L., Elyn M., Grimm W., Jentsch A. Biodiversity and the heterogeneous disturbance regime on military training lands // Restor. Ecol. 2007. № 15 (4). Pp. 606-612.
5. Захаров А. В. Характеристика экологической войны как современного глобального вызова человечеству // Вестник Тамбовского государственного университета. 2015. Вып. 1. С. 20-24.
6. Stellman J. M., Stellman S. D. Agent Orange During the Vietnam War: The Lingering Issue of Its Civilian and Military Health Impact // Am J Public Health. 2018. № 108 (6). Pp. 726-728.
7. Linden O., Jerneloev A., Egerup J. The Environmental Impacts of the Gulf War 1991. IIASA Interim Report. April 2004. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/33898896.pdf>.
8. Roberts A. Environmental Destruction in the 1991 Gulf War. URL: <https://international-review.icrc.org/sites/default/files/S0020860400071151a.pdf>.
9. Gerges M. A. On the impacts of the 1991 Gulf War on the environment of the region: General observations // Marine Pollution Bulletin. 1993. Vol. 27. Pp. 305-314.
10. Schwabach A. Environmental Damage Resulting from the NATO Military Action Against Yugoslavia. URL: https://lawrepository.ualr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1271&context=faculty_scholarship.
11. Schmetzer U. Serbs allege NATO raids caused toxic catastrophe. URL: <https://www.chicagotribune.com/news/ct-xpm-1999-07-08-9907080418-story.html>.
12. The Kosovo conflict consequences for the environment and human settlements. URL: <https://www.unep.org/resources/report/kosovo-conflict-consequences-environment-and-human-settlements>.

13. (Protocol I), of 8 june 1977. URL: https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/atrocity-crimes/Doc.34_AP-I-EN.pdf.

14. МЧС России. Государственный мониторинг окружающей среды. URL: <https://mchs.gov.ru/ministerstvo/o-ministerstve/terminy-mchs-rossii/term/1356>.

*Статья поступила в редакцию 20.12.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. юрид. наук, доцентом Д. В. Березовским*

УДК 316.42:(327+339)

© В. В. ГЕРАСИМОВ¹, А. А. КОРОЛЕВ², Е. О. ГЕРАСИМОВА³, 2023

^{1,2,3} Поволжский государственный университет

телекоммуникаций и информатики

(ПГУТИ), г. Самара, Россия

E-mail ¹: v.gerasimov@psuti.ru

E-mail ²: korolevandreja@yandex.ru

E-mail ³: e.o.gerasimova@mail.ru

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ПОЛИТИЧЕСКИХ КРИЗИСОВ И КОНФЛИКТОВ

В представленной работе рассматриваются на фоне мировых геополитических изменений и изменений на этом фоне тенденции мировых финансовых систем: динамика волатильности ведущих биржевых индексов, состояние экономики России и «коллективного Запада» в условиях политических кризисов. Выявляется роль Турции, являющейся одной из стран Североатлантического альянса, в локальных конфликтах на «Ближнем востоке» и нестабильность ее финансовой системы. В обобщающем заключении данного исследования делаются выводы, касающиеся глобальных социальных изменений, затронувших все сферы общественной жизни в условиях экономического и политического противостояния Российской Федерации со странами Североатлантического альянса и Европейского союза.

Ключевые слова: финансовая система, биржевой индекс, украинский кризис, Карабахский конфликт, конфликт в секторе Газа, Североатлантический альянс, Европейский союз, Турция, США, Россия.

Введение

Актуальность представленной работы заключается в анализе влияния политических кризисов и конфликтов на мировые геополитические изменения и последующие за ними экономические трансформации.

На основе вышесказанного цель исследования — проанализировать социально-экономические изменения в 2022-2023 годах в условиях экономического и политического противостояния Российской Федерации со странами Североатлантического альянса (НАТО) и Европейского союза (ЕС) как в мировом масштабе, так и на примере отдельно взятой страны — участницы конфликта.

Объектом для исследования в мировом масштабе выступило противостояние Российской Федерации со странами Североатланти-

ческого альянса и Европейского союза, а также одна из стран Североатлантического альянса — Турция как страна, занимающая собственную позицию в данном противостоянии. Предмет исследования — социально-экономические изменения экономических и политических реалий в контексте нестабильности на геополитическом уровне.

В представленной работе предполагается использование следующих научных методов: метод изучения информационных материалов, индуктивный метод, метод статистического анализа, аналитический метод, графический метод.

Результаты исследования

Для ответа на вопрос о социально-экономических изменениях в 2022-2023 годах в мировом масштабе необходимо рассмотреть динамику волатильности ведущих биржевых индексов (биржевые индексы принято рассматривать как «лицо» экономики) с транспарантного начала нестабильности на геополитическом уровне — 21 февраля 2022 года [1]. В представленный промежуток времени можно было наблюдать резкое ухудшение состояния международных отношений, вызванное релевантными разногласиями между политическими лидерами Североатлантического альянса и Евросоюза с Российской Федерацией на почве контroversы, касающейся суверенитета ДНР и ЛНР, входящих на тот момент в состав Украины [2].

Как можно видеть на рисунке 1 [6], фондовые рынки Российской Федерации с начала кризиса на геополитическом уровне имели динамику на снижение (линия тренда нисходящая, коэффициент аппроксимации составляет 0,1419).

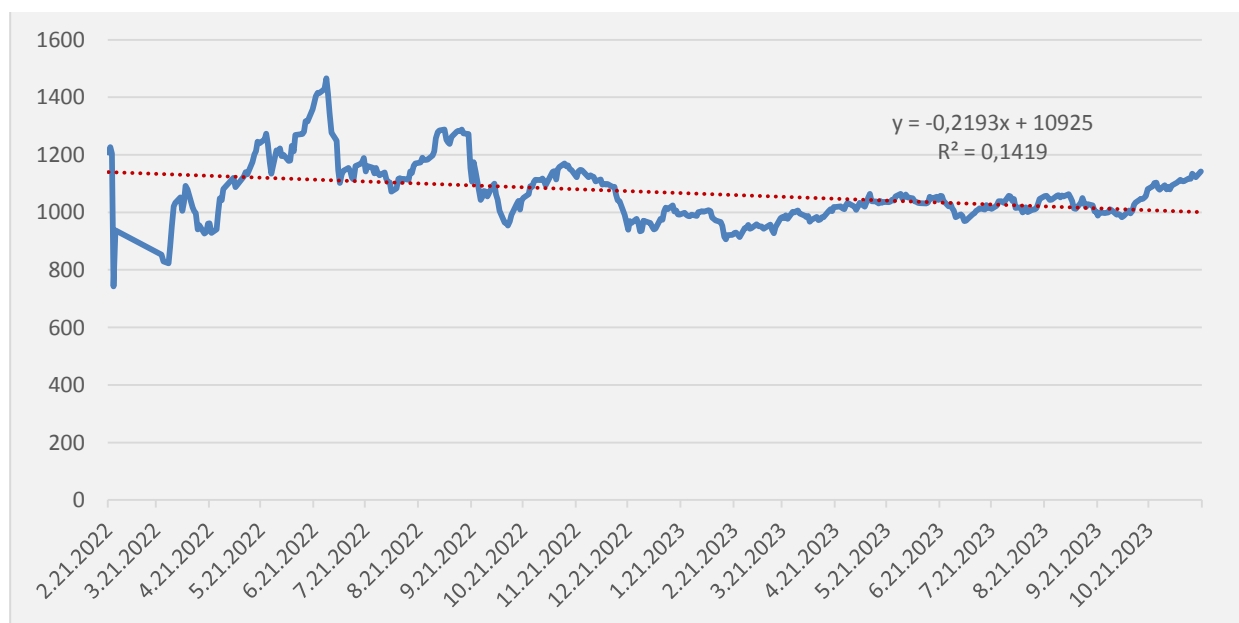


Рис. 1. Изменение динамики главного биржевого индекса Российской Федерации (РТС) с 21.02.2022 г. по 21.10.2023 г.

Тренд на снижение обусловлен колоссальным экономико-политическим давлением на финансовую систему России со стороны стран «коллективного Запада», наблюдаемым с февраля 2022 года. На фоне экономического и политического противостояния практически все ключевые отрасли экономики Российской Федерации оказались под колоссальным ударом, что вызвало снижение рыночной стоимости ряда ведущих транснациональных компаний России. Стоит отметить, что «недружественные страны» в основном акцентировали свой экономический «удар» на компаниях, где мажоритарным акционером является Правительство РФ [3]. Впоследствии это повлекло акселерацию увеличения негативной волатильности в ведущих национальных биржевых индексах в связи с тем, что представленные компании имеют наибольший вес в биржевых индексах Российской Федерации. Фактически падение фондовых рынков Российской Федерации должно было быть гораздо катастрофичней, однако действия государственных регулирующих институтов стабилизировали ситуацию (например, запрет нерезидентам продавать ценные бумаги отечественных эмитентов с оговоркой их возможного выкупа руководством компаний по явно «заниженным» биржевым курсам). Представленные действия российского правительства смогли стабилизировать ситуацию в отечественной экономике, в то же время они привели к «подвешенности» фондовых рынков России, что может стать драйвером для нового экономического цикла.

Рассматривая состояние экономики «коллективного Запада», можно заметить, что представленные финансовые системы на сегодняшний день имеют относительную стабильность. Как можно видеть на рисунке 2 [6], рыночный курс главного биржевого индекса Соединенных Штатов Америки (Dow Jones Industrial Average) на сегодняшний день имеет тренд на рост (линия тренда восходящая, коэффициент достоверности составляет 0,16). Стоит отметить, что до обострения мировой геополитической обстановки в первой половине 2022 года экономика США находилась на грани начала нового финансового кризиса в связи с укреплением торговых связей России и ЕС, однако после эскалации «украинского кризиса» ситуация начала стабилизироваться. Объяснение представленного феномена кроется в самой сути экономики США: пользуясь возможностью «печатать» доллары (ведущая мировая валюта) в случае нестабильности на макроуровне, они начинают «отправлять их в свободное плавание» посредством покупки на них экономических ресурсов у других государств. Представленные действия, безусловно, негативно сказываются на внешнем долге США, однако позволяют стабилизировать

ситуацию в финансовой системе (пример — банковский кризис в США в марте 2023 года). Опасность данного метода кроется в нежелании торговых партнеров продавать свои товары за «фантики» Соединенных Штатов Америки (возможно, в связи с переходом на расчеты в своей национальной валюте). В результате США оказываются в крайне затруднительном положении, которое можно было наблюдать в 2021 году во временной период налаживания торговых отношений России и Европы. В свою очередь «разрыв» торговых отношений ЕС с Россией привел к усилению экономико-политической зависимости стран Евросоюза от Соединенных Штатов Америки, что вынудило представленные государства поддерживать экономическую стабильность в США (посредством покупки национальной валюты Америки) и их политическую доктрину.

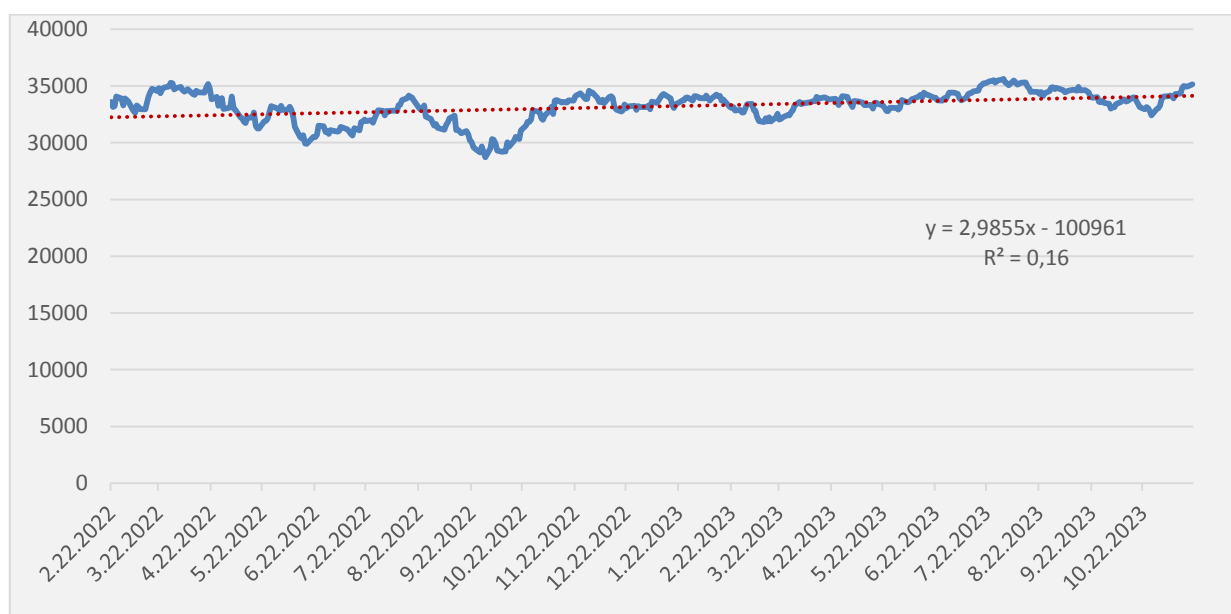


Рис. 2. Изменение динамики главного биржевого индекса США (Dow Jones Industrial Average) с 22.02.2022 г. по 22.10.2023 г.

На основе вышеизложенной информации можно сделать вывод о том, что стабилизация ситуации в экономике США на сегодняшний день вызвана нестабильностью на геополитическом уровне, в усугублении которой они имеют прямой интерес.

В свою очередь, как можно видеть из представленных данных (рис. 3) [7], в экономике ЕС наблюдается крайне «оптимистичная» ситуация (у Euro Stoxx 50 за представленный временной период линия тренда восходящая, коэффициент достоверности варьируется на отметке 0,5707). Это связано с достаточно продуманной монетарной политикой ЕЦБ (Европейский центральный банк), касающейся динамики ключевой процентной ставки (поддерживаемой на

высоком уровне на инвариантной основе), секвестрованием государственных расходов большинства стран ЕС и поиском новых торговых партнеров с целью санации своих финансовых систем, в которых на 2022-2023 годы наблюдаются все признаки стагфляции.

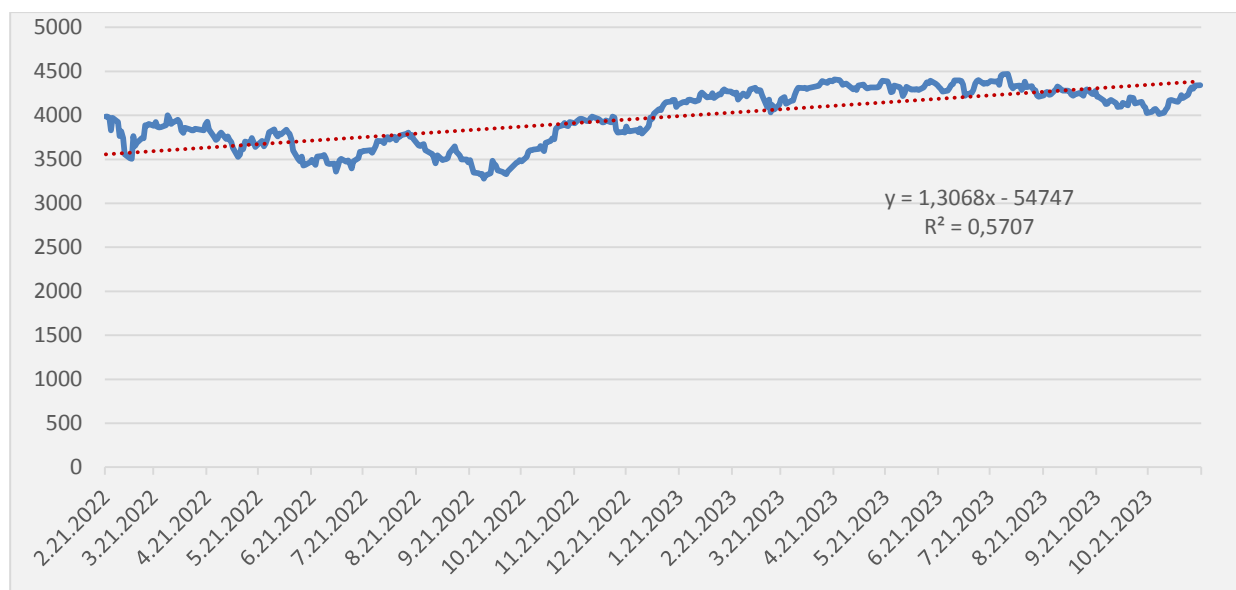


Рис. 3. Изменение динамики главного биржевого индекса ЕС (Euro Stoxx 50) с 21.02.2022 г. по 21.10.2023 г.

Так, ЕС для компенсации утраченных природных ресурсов из России начала налаживать торговые связи со странами ОПЕК, частью ОПЕК+ и странами Азии.

В результате анализа мировых экономических и политических изменений можно сделать вывод о главном бенефициаре эскалации «украинского кризиса» в 2022 году, к которому можно отнести США. Не желая терять политическую гегемонию над странами Европейского союза, что со временем обязательно спровоцировало бы ослабление национальной экономики, политическое руководство США намеренно «разжигает» мировой пожар с целью начала геополитического противостояния между государствами Североатлантического договора и ЕС с Российской Федерацией.

На сегодняшний день одну из важнейших «ролей» в изменениях на «Ближнем востоке» играет Турция, политическое руководство которой принимает участие (прямое или косвенное) практически во всех локальных конфликтах в регионе и соседних с ней территориях. Однако неоднозначный политический курс главы правительства в текущих реалиях вызывает сомнения в самостоятельности во внешней политике данного государства.

Стоит отметить, что Турция является страной с достаточно нестабильной финансовой системой.

Как можно видеть на графиках (рис. 4, 5) [6], ситуация в экономике Турции является крайне «сложной» и связана с многолетним отказом политического руководства страны применять релевантные регулирующие меры, нацеленные на санацию внутренней финансовой системы. Это привело к фактически кризисной ситуации в стране на 2023 год.

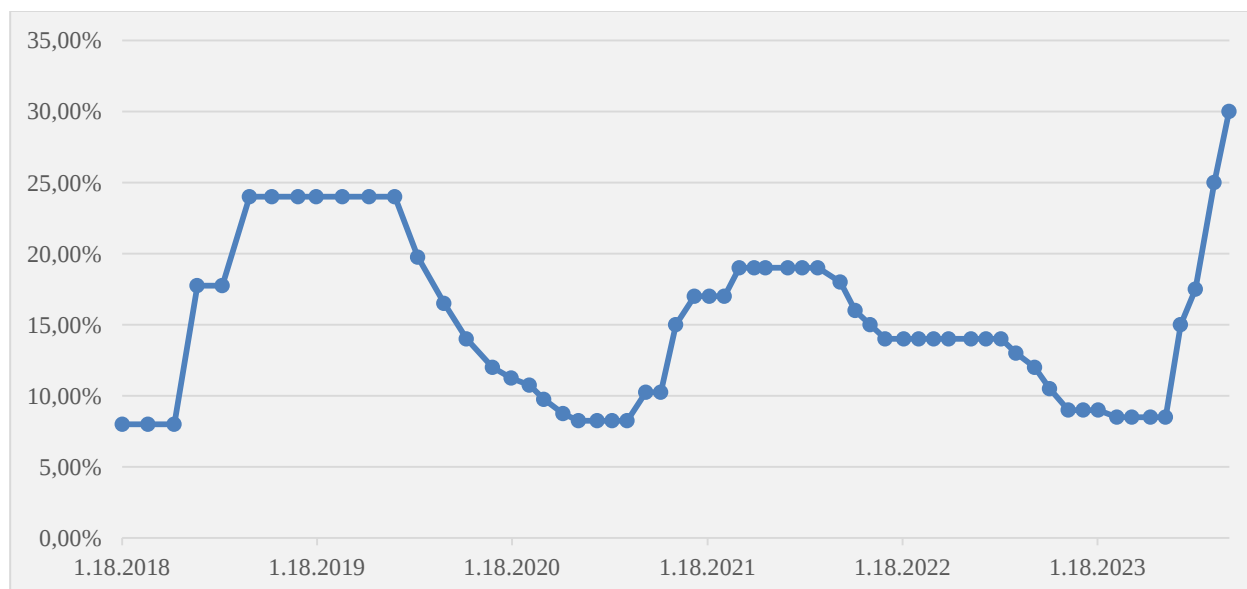


Рис. 4. Изменение динамики недельной ставки РЕПО ЦБ Турции с 18.01.2018 г. по 21.09.2023 г.

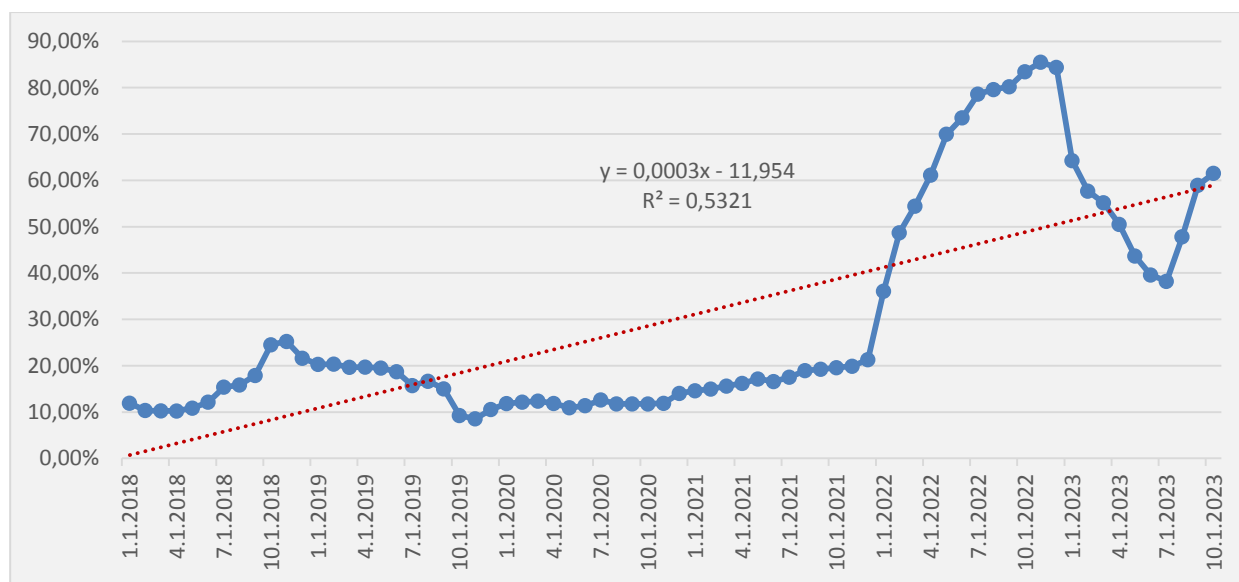


Рис. 5. Изменение динамики Индекса потребительских цен (ИПЦ) в Турции с 01.01.2018 г. по 01.10.2023 г.

Как можно увидеть из рисунка 4, власти Турции до 2023 года стабильно понижали ключевую ставку, игнорируя рост индекса потребительских цен, являющегося одним из основных индикаторов подавленной инфляции (линия тренда восходящая, коэффициент

достоверности составляет 0,5321). Данная проблема обострилась в 2022 году, ее драйвером стало начало экономико-политического противостояния блока стран НАТО с Россией. Эти события крайне негативно отразились на «больной» экономике Турции, что сделало невозможным дальнейшую фальсификацию показателей финансовой системы и вынудило правительство страны признать уровень инфляции, эквивалентный 72,3% за 2022 год (официально в 2021 году инфляция в Турции варьировалась на отметке 19,6%, а в 2020 году – 12,3%).

В таблице 1 представлены основные торговые партнеры Турции на 2022 год [7].

Таблица 1

Основные торговые партнеры Турции по состоянию на 2022 год

<i>Основные направления экспорта в 2022 г.</i>	<i>Стоимость экспорта в страну-партнера, %</i>	<i>Основные направления импорта в 2022 г.</i>	<i>Стоимость импорта из страны-партнера, %</i>
Германия	8,31	Россия	16,1
США	6,64	Китай	11,3
Ирак	5,4	Специальные категории	9,47
Великобритания	5,11	Германия	6,6
Италия	4,87	Швейцария	4,21
Испания	3,79	США	4,18
Франция	3,75	Италия	3,87
Россия	3,67	Индия	2,94
Нидерланды	3,15	Франция	2,59
Израиль	2,76	Южная Корея	2,47

Как можно видеть из данных, представленных в таблице 1, практически все ключевые торговые партнеры Турции в 2022 году – это страны Североатлантического альянса и лояльные им страны. При доказанной ранее лабильности в национальной экономике Турции представленные государства способны спровоцировать полноценную экономическую «катастрофу», что наделяет их возможностями влиять на политические решения правительства Реджепа Эрдогана.

Рассматривая вопрос, касающийся влияния противостояния на геополитическом уровне между США, странами, занявшими «прозападную» позицию, и Российской Федерацией на существующие нерешенные политические конфронтации, можно заметить, что эскалация

«украинского кризиса» в 2022-2023 годах спровоцировала переход различных конфликтов (в большинстве случаев представляющих территориальные споры или идеологические противостояния, в ряде случаев – на религиозной основе) в активную фазу.

К представленным политическим и идеологическим противостояниям можно отнести «Карабахский конфликт» и «Конфликт в секторе Газа».

«Карабахский конфликт» является сукцессией распада СССР, повлекшей взаимные территориальные претензии между Арменией и Азербайджаном, касающиеся территориальной принадлежности «Нагорного Карабаха». Армянской стороне удалось создать «марионеточное» правительство НКР (Нагорно-Карабахская Республика), официально провозглашенное 2 сентября 1991 года и эффективно существовавшее до начала 2022 года. В упомянутый ранее год произошла эскалация конфликта в связи с решением правительства Азербайджана начать блокаду региона с целью установления контроля над ним. Результатом представленных событий стало подписание главой монокоалиционного правительства НКР Самвелом Шахраманияновым 28 сентября 2023 года указа о прекращении существования Нагорно-Карабахской Республики с 1 января 2024 года. Необходимо упомянуть транспарентный патернализм правительством Турции (страна НАТО) военных действий Азербайджана, сыгравшего ключевую роль в данной конфронтации, что позволило Азербайджану «ловко присвоить» территорию, ранее неофициально, на инвариантной основе относящуюся к Армении, и создало условия цугцванга для политического руководства республики.

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что Азербайджан в конфликте с Арменией поддерживал весь «Коллективный Запад», используя Турцию как плацдарм на Ближнем Востоке.

Рассматривая сущность проблематики вокруг конфликта в секторе Газа (Ближней Восток), можно заметить, что представленное идеологическо-экономическое разногласие стало следствием неопределенного статуса данной территории. Де-юре сектор Газа относится к Палестине, однако у правительства представленной страны отсутствует контроль над ним. Неофициально территория, относящаяся к сектору Газа, контролируется политической организацией ХАМАС (в ряде стран признана незаконной). Как следствие, «подвешенность» состояния сектора Газа спровоцировала глобальные территориальные претензии многих государств Ближнего Востока к нему. Данная ситуация усугубляется из-за крайне враждебных отношений между ХАМАС и Израилем, страной, находящей-

ся в сложных политических и идеологических отношениях с большинством стран Ближнего Востока.

Правительство Соединенных Штатов Америки проявляет крайнюю заинтересованность в геополитической нестабильности на Ближнем Востоке в связи с фактической потерей контроля в 2023 году над странами Ближнего Востока. В свою очередь политика Китая и России по отношению к представленной ситуации нацелена на недопущение «большой войны» на Ближнем Востоке и установление гегемонии США над представленным регионом.

В данной конфронтации правительство Турции формально «осудило» политику Израиля по отношению к суверенитету Палестины, однако, придерживаясь прозападного курса, не оказало существенной поддержки противникам Израиля. Это объясняется крайне высокой степенью аддикции финансовой системы Турции от ЕС и США, в свою очередь политическая бравада руководства представленной страны является следствием желания Турции установить свою гегемонию над государствами Ближнего Востока (в большинстве случаев являющимися идеологическо-религиозными противниками Израиля).

Заключение

В целом на 2023 год идеологическая конфронтация стран блока НАТО и ЕС с Российской Федерацией привела к политике рестриктивного режима всех стран-участниц, спровоцировав «разрыв» экономико-политических связей между большинством ведущих стран мира [4], и вынудила многие страны Запада искать союзников в «лице» нейтральных государств, достаточно часто используя манипуляции на геополитическом уровне, что привело к расширению конфликта и давлению на международные организации с целью принятия ими стороны, возглавляемой США [5, 6]. Представленные изменения тенденций геополитического строя привели к полномасштабной конверсии глобальной финансовой системы. В конце 2023 года в мировой экономике можно наблюдать значительное снижение торговых отношений между Российской Федерацией со странами Североатлантического альянса и ЕС, что привело к дефициту природных ресурсов в государствах «коллективного Запада» и вынудило данные страны искать альтернативу катастрофически снизившемуся товарообороту с Российской Федерацией. В свою очередь Правительство РФ взяло курс на обход принятых западными странами рестрикций посредством увеличения торговых связей с нейтральными государствами. Глобальные социаль-

ные изменения затронули все сферы общественной жизни: изменение культурных ценностей, массовую миграцию, революцию в информационных технологиях и многое другое.

Литература

1. Сударушкина И. В., Стефанова Н. А. Цифровая экономика АНИ: экономика и управление. 2021. Т. 6. № 1 (18). С. 25-34.
2. В. В. Шлычков, Д. Р. Нестулаева, Д. А. Зарезнов. Российская экономика 2023: неизбежное изменение парадигм и прогнозы развития // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2023. № 2 (12). С. 144-151. DOI: 10.24412/2225-8264-2023-2-144-151.
3. Названы наиболее зависимые от импорта российские отрасли // Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/news/2023/01/16/impot/>
4. Стефанова Н. А., Королев А. А. Нестабильность экономики США как драйвер нового мирового финансового кризиса // Основы экономики, управления и права. 2023. № 3 (38). С. 52-57. DOI: 10.51608/23058641_2023_3_52. EDN RCRMVJ.
5. Кудряшов А. А., Королев А. А. Влияние геополитической обстановки на трансформацию неокOLONиальной системы // Экономические отношения. 2023. Т. 13. 4. С. 735-750. DOI: 10.18334/eo.13.4.119283.
6. Investing.com — котировки и финансовые новости. URL: <https://ru.investing.com/>.
7. TrendEconomy — Портал открытых данных. URL: <https://trendeconomy.ru/>.

*Статья поступила в редакцию 18.12.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук, д-ром полит. наук, доцентом В. А. Зимин*

УДК 316.75:658:338.2

© О. А. Горбунова¹, В. Е. Павлович^{2,3}, 2023

¹ Самарский государственный технический
университет (СамГТУ);

² Самарский государственный университет
путей сообщения (СамГУПС);

³ Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
(Университет «МИР»), Россия

E-mail ^{1,2,3}: genuka76@mail.ru

ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В КОНТЕКСТЕ МОДЕЛИ КЛАКХОНА И СТРОДБЕКА

Данная статья посвящена изучению российского менеджмента с точки зрения социологии управления. Развитие современного управления невозможно без использования культурного фактора. В работе авторы дали оценку российского менеджмента по параметрам культуры, выделенным Клакхоном и Стродбеком, с учетом предложенной авторами классификации предприятий.

Ключевые слова: культура, конкурентоспособность, модель Клакхона — Стродбека, сравнительный менеджмент.

Введение

Эффективность деятельности современных предприятий определяется их возможностью генерировать прибыль и достигать поставленных целей. Ключевым ресурсом, задействованным в этом процессе и влияющим на высокие результаты деятельности, является персонал организации [7]. Персонал обеспечивает производство качественной продукции, оказание услуг, удовлетворяющих запросы потребителей, и в целом влияет на конкурентоспособность организации [2]. Именно поэтому теоретики и практики уделяют пристальное внимание проблемам формирования коллектива, способного слаженно и продуктивно выполнять поставленные задачи.

Каждый сотрудник организации является носителем определенных ценностей, которые складываются под воздействием общества, культурных особенностей страны его происхождения. Культурные отличия наций определяют видение, поведение работника, его взгляд на происходящие события [3]. Также необходимо отметить, что руководитель, принимая управленческие решения, с од-

ной стороны, сам выступает носителем определенной культуры, а с другой стороны, должен принимать во внимание культурные особенности своего персонала. Этим определяется сложность управления предприятиями с многонациональным коллективом. Поэтому формирование кросс-культурного капитала выступает одним из факторов повышения конкурентоспособности компании.

Цель данного исследования — провести анализ российского менеджмента по индикаторам культуры Клакхона и Стродбека.

Объектом для исследования выступают российские предприятия. Предмет исследования — ключевые индикаторы культуры, предложенные Клакхоном и Стродбеком.

Результаты исследования

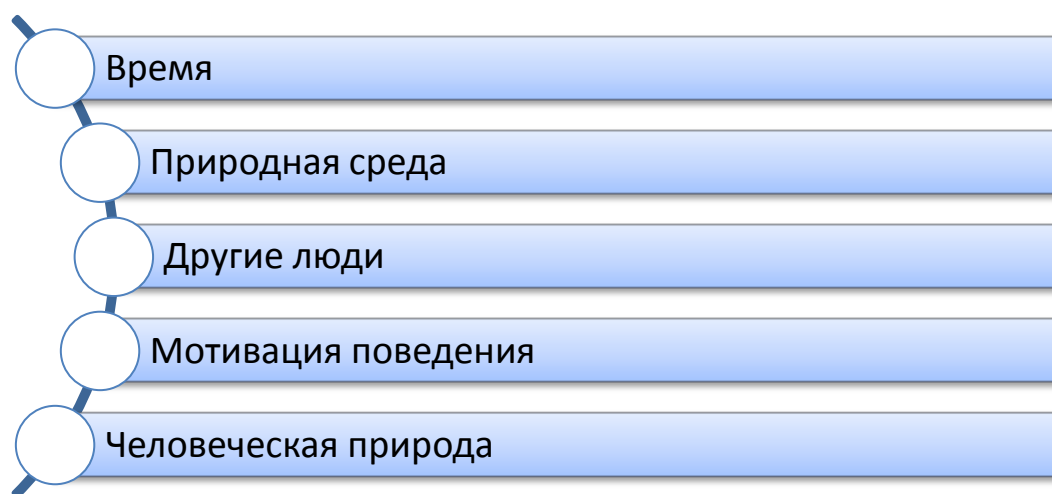
Учет культурного фактора в менеджменте нашел отражение в трудах многих исследователей [9].

Широкую известность в данной области получили работы нидерландца Геерта Хофштеде (Geert Hofstede) (1980 и 2001 гг.), Милтона Рокича (Milton Rokeach) (1979 г.).

Среди работ, внесших существенный вклад в развитие кросс-культурного менеджмента, следует назвать модель Клакхона — Стродбека (1961 г.) [10].

Флоренс Клакхон и Фред Стродбек поставили целью сделать практически применимыми теоретические построения концепции ценности, разработанной Клайдом Клакхоном (Clyde Kluckhohn) в период 1949–1952 гг.

Клакхон и Стродбек выделили следующие типы проблем, решаемых каждым обществом (рис. 1).



*Рис. 1. Типы ценностных проблем, выделенные
Ф. Клакхоном и Ф. Стродбеком*

Также ученые предложили в качестве шестого типа отношение к пространству («Здесь», «Там», «Где-то далеко»), но не использовали это в дальнейшем.

В таблице 1 приведены значения и описания вышеперечисленных типов проблем [10, 11].

Таблица 1

**Значения и описания ценностных проблем
по Ф. Клакхону – Ф. Стробеку**

<i>Проблема</i>	<i>Значение</i>	<i>Описание</i>
Время П1	Прошлое П1 = 1	Акцент на прошлое, на сохранение традиционных отношений и взглядов
	Настоящее П1 = 2	Акцент на настоящее и на внесение изменений в убеждения и традиции
	Будущее П1 = 3	Акцент на будущее, планирование, поиск нового для замены устаревающего
Отношение к природе П2	Господство П2 = 1	Мы можем и должны достичь полного контроля над силами природы
	Гармония П2 = 2	Мы можем и должны достичь контроля (но не полного) над силами природы и жить в равновесии
	Подчинение П2 = 3	Мы не можем и не должны достигать контроля над силами природы, которые являются силами более высокого порядка
Отношение к другим людям П3	Иерархическое П3 = 1	Акцент на иерархические принципы и уступку вышестоящему органу или органам власти в группе
	Равенство П3 = 2	Акцент на консенсус в расширенной группе равных
	Индивидуализм П3 = 3	Акцент на индивидуумы или отдельные семьи внутри группы, которые принимают решения самостоятельно, независимо от других
Мотивация поведения П4	Бытие П4 = 1	Наша мотивация является внутренней, активность оценивается нами самими и не обязательно другими в группе
	Становление П4 = 2	Мотивация заключается в росте и развитии способностей, ценных для нас, хотя не обязательно ценных для других
	Достижение П4 = 3	Мотивация является внешней для нас, подчеркивает деятельность, которая ценится нами и одобряется другими членами нашей группы

Природа человека П5	Зло/ Изменчивость П5 = 1	Рожден «злым», но может научиться быть хорошим, хотя опасность регресса остается
	Зло/ Постоянство П5=2	Рожден «злым» и не способен измениться, поэтому требуется спасение с помощью внешней силы
	Смешанный/ Изменчивость П5 = 3	Имеет как хорошие, так и плохие черты, но может научиться быть лучше или хуже
	Смешанный/ Постоянство П5 = 4	Имеет как хорошие, так и плохие черты, и их профиль не может быть изменен
	Нейтральный/ Изменчивость П5 = 5	Рождается ни хорошим, ни плохим, но может учиться и хорошему, и плохому
	Нейтральный/ Постоянство П5 = 6	Рождается ни хорошим, ни плохим, и этот профиль не может быть изменен
	Добро/ Изменчивость П5 = 7	В принципе хороший, но склонный к изменениям как в ту, так и в другую сторону
	Добро/ Постоянство П5 = 8	В принципе хороший, и всегда будет оставаться таким

Отношение социальной группы к способам решения указанных проблем показывает ценности, разделяемые этой группой. Измерение предпочтительных решений отразит ценности общества в целом.

При этом Клакхон и Строббек не пытались разработать измерительные шкалы для оценки Природы человека (П5), считая эту задачу слишком сложной. Для измерений остальных четырех параметров они смогли разработать реальные жизненные ситуации, имеющие отношение ко всем пяти культурным группам, и сформировать вопросы для изучения ценностных ориентаций, используемых членами этих культур в названных ситуациях.

Для проверки своих гипотез Клакхоном и Строббеком были опрошены представители пяти различных культурных групп Юго-Запада США. Затем они смогли получить профили значений для каждой группы, показывая, чем они отличались друг от друга и чем

они были похожи. Результаты этой работы были опубликованы в их книге 1961 года и сразу же оказали сильное влияние на межкультурных психологов.

На основе источников и подхода Клакхона — Стродбека, изложенного в таблице 1, представим профили национальных культур (табл. 2).

Таблица 2

**Профили национальных культур
по Ф. Клакхону — Ф. Стродбеку**

<i>Национальная культура</i>	<i>П1</i>	<i>П2</i>	<i>П3</i>	<i>П4</i>	<i>П5</i>
Североамериканская	3	1	3	1	3
Европейская (Север)	3	2	2	1	3
Европейская (Юг)	1–2	3	2	3	7
Азиатская	1	3	1	3	5
Российская	1	1–2	2	3	5

Примечание. Профиль российской культуры составлен на основе исследований авторов.

Далее эти профили будут использованы для оценки российского менеджмента по модели Клакхона — Стродбека.

Российский менеджмент характеризуется многоукладностью, которая обусловлена в том числе неоднородностью российских организаций по таким параметрам, как форма собственности, размер предприятия, рынок, на котором предприятие работает.

Анализируя российский менеджмент, следует заметить, что в силу масштабов страны, многоукладности экономики, многонационального населения следует разделить российские организации по ряду классификационных признаков.

Авторами предлагается выбрать следующие признаки:

- 1) форма собственности (государственная/частная);
- 2) численность персонала предприятия (крупное/среднее/малое);
- 3) рынок, на котором организация работает (глобальный/федеральный/локальный).

Классификационная оценка российских организаций по выделенным признакам приведена в таблице 3.

Классификационная оценка российских организаций/предприятий

Показатель	Крупные (>250 чел.)	Средние (101–250 чел.)	Малые (≤100 чел.)
Государственные организации			
Интегрированные в глобальную экономику	ПАО «Газпром»	Нет данных	Нет данных
Работающие на общероссийском рынке	ОАО «РЖД»	Нет данных	Нет данных
Работающие на локальных рынках	Вузы	Вузы	муниципальные транспортные компании
Частные организации			
Интегрированные в глобальную экономику	Предприятия с иностранным и отечественным капиталом, экспортирующие свою продукцию в дальнее зарубежье (ПАО «ЛУКОЙЛ», ГК «Лаборатория Касперского»)	Предприятия с иностранным и отечественным капиталом, экспортирующие свою продукцию в дальнее зарубежье	ООО «АСПТ Спецавтоматика» (г. Москва)
Работающие на общероссийском рынке	ПАО «Россети Центр»	Нет данных	Нет данных
Работающие на локальных рынках	АО ХК «Татнефтепродукт»	Строительные организации	Строительные организации

По мнению авторов, выделенные признаки необходимо принимать во внимание при характеристике российского менеджмента.

Формирование российского менеджмента происходило в сложных условиях [1]. На русскую ментальность, вытекающую из национально-исторических особенностей нашей культуры, оказал влияние экономический уклад советского периода, а также кризис 90-х годов, в чем-то усилив, а в некоторых случаях ослабив проявление тех или иных отличительных качеств [5].

В целом российская культура отличается высокой противоречивостью, когда в поведении преобладают крайности, а культура

восточного населения страны сильно отличается от культуры западного населения [6]. Тем не менее можно выделить и общие черты, характерные для российского менеджмента.

Так, российский подход предполагает доминирование над окружением; взгляд устремлен в будущее, что не мешает при этом сожалеть о прежних «хороших» временах. В настоящее время наблюдается смена коллективной ответственности, которая была свойственна крестьянской общине, а затем активно культивировалась в советский период. Большинство руководителей склоняются к мнению, что коллективная ответственность формирует безответственность, и предпочитают возлагать индивидуальную ответственность на своих сотрудников за достижение поставленных целей. Необходимо отметить, что сами работники тяготеют к групповому взаимодействию.

Природа человека нейтральна, под воздействием общества формируется его мировоззрение, отношение к совершаемым действиям, оценка поступков других. При этом крайне важно найти объективные характеристики, позволяющие дифференцировать плохих и хороших людей.

Неоднозначность проявляется и в отношении русского человека к работе. В современном российском работнике одновременно сочетаются созерцательное переживание момента и активные действия, тенденция несколько откладывать выполнение какой-то задачи и способность к высокопроизводительному труду.

Многоукладность российской экономики приводит к необходимости дать оценку российского менеджмента по модели Клакхона – Стробека с учетом типологии организаций, предложенной авторами в таблице 4.

Таблица 4

**Оценка российского менеджмента
по модели Ф. Клакхона – Ф. Стробека**

Показатель	Крупные					Средние					Малые				
Государственные организации															
Интегрирован- ные в глобаль- ную экономику	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5
	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	3	2	2	1	3
Работающие на общероссий- ском рынке	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5
	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	3	2	2	1	3

Окончание табл. 4

Работающие на локальных рынках	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5
	3	2	2	1	3	3	2	2	1	3	3	2	2	1	3
Частные организации															
Интегрированные в глобальную экономику	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5
	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	3	2	2	1	3
Работающие на общероссийском рынке	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5
	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	3	2	2	1	3
Работающие на локальных рынках	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 1	П 2	П 3	П 4	П 5
	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	1	1-2	2	3	5

Анализ таблицы 4 позволяет сделать следующие выводы:

— по мере перемещения из левого верхнего угла таблицы в правый нижний, т.е. движения от крупных государственных компаний, работающих на глобальном рынке, к малым организациям, работающим на локальных рынках, происходит смещение от североамериканского профиля к азиатскому (см. табл. 2);

— маршрут смещения следующий: Североамериканский профиль — Европейский (Север) профиль — Европейский (Юг) профиль — Азиатский профиль.

По данным авторов, в российском малом бизнесе, работающем на локальных рынках (независимо от национального состава — русском или диаспорическом), используется азиатская модель.

Также необходимо отметить большое количество скандинавских профилей.

Заключение

Представление о российском менеджменте значительно изменилось за последние 30 лет. За эти годы не просто сформировались правила ведения бизнеса, они вышли на новый уровень. Управленческий класс стал более образованным, проявляется склонность к постоянному повышению квалификации. Российский управленец склонен к осознанному риску, умеет вести дела рационально, стремится внедрять инновации [4].

Россия исторически всегда была многонациональным государством, однако исследований в данной области практически не

велось, долгое время были ограничены деловые контакты с представителями других культур.

Интеграция российских компаний в мировые экономические отношения формирует необходимость изучения особенностей корпоративной культуры стран-партнеров и адаптации к ним особенностей национальной деловой культуры.

Концептуальные основы, дающие возможность выявлять, идентифицировать и оценивать общие черты и особенности содержания кросс-культурных коммуникаций в менеджменте в разных странах и регионах мирового бизнеса, позволяют характеризовать национальные модели кросс-культурных коммуникаций в менеджменте. Этот процесс необходим с точки зрения развития экономической деятельности и международной экономической интеграции российских компаний [8].

Литература

1. Алукаев Р. Р., Налейкин А. А., Биккинин А. А. Основные проблемы и перспективы развития менеджмента в России // Современные вопросы развития общества в условиях цифровизации: Материалы Национальной научно-практической конференции. Саранск, 2023. С. 463-466.

2. Горбунова О. А., Балановская А. В. Лояльность персонала в стратегическом управлении организацией // Вестник Самарского муниципального института управления. 2017. № 3. С. 66-75.

3. Горбунова О. А., Чайковская А. А. Влияние культурного фактора на управление персоналом // Вопросы современной экономики: теоретический и практический аспекты: сборник научных трудов Международной научно-практической конференции / Отв. ред. В. Б. Моисеев. Пенза: Пензенский государственный технологический университет, 2015. С. 83-85.

4. Карпов С. В., Найденов В. В. Современный менеджмент в России: специфика и основные проблемы // Современный менеджмент: проблемы, анализ тенденций, перспективы развития: Материалы IV Международной научно-практической конференции. Волгоград, 2022. С. 11-14.

5. Поддубная М. Н., Литвинова К. К. Особенности становления российского менеджмента // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 12-2 (82). С. 212-216.

6. Рудаков Д. В., Доронина Т. В. Влияние традиционных ценностей и национально-психологических особенностей современных россиян на развитие российского менеджмента // Омский научный вестник. 2015. № 2 (136). С. 225-228.

7. Чумак В. Г., Горбунова О. А. Модели стимулирования экономической эффективности трудовой деятельности // Экономические науки. 2009. № 54. С. 66-72.

8. Ядова Н. Е. Развитие коммуникационного менеджмента в условиях интеграции российского бизнеса в мировую экономику // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2016. № 3. С.53-57.

9. Gelfand M. J., Erez M., Aycan Z. Cross-Cultural Organizational Behavior // Annu. Rev. Psychol. 2007. Vol. 58. Pp. 479-514. DOI: 10.1146/annurev.psych.58.110405/085559.

10. Hills M. D. Kluckhohn and Strodtbeck's Values Orientation Theory // Online Readings in Psychology and Culture. 2002. № 4 (4). URL: <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1040>.

11. Trang Ngoc Ly Vietnamese cultural dimensions and its effect on the marketing strategy for international ventures. 2012. URL: <https://core.ac.uk/download/55620206.pdf>.

*Статья поступила в редакцию 30.11.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

УДК 316+338

©Т. П. КАРПОВА¹, В. А. ЮДИН², 2023

¹ Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
(Университет «МИР»), Россия

² Общественная палата Самарской области, г. Самара, Россия

E-mail ¹: karpova-karpova-5656@mail.ru

E-mail ²: vudin018@gmail.com

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ ОБЩЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье на основе анализа методологических подходов к оценке персонала коммерческих и некоммерческих организаций в России авторами было выявлено, что используемые методы оценки персонала имеют широту и разнонаправленность процедуры оценки специалиста, параллельно с этим фактом обнаружено отсутствие универсального метода оценки специалистов и волонтеров общественных организаций. Результатом работы является разработка метода оценки персонала общественной организации на базе технологии ассессмент-центра.

Ключевые слова: оценка персонала, методы оценки, общественные некоммерческие организации, управление, персонал.

Высокий уровень влияния развития кадрового потенциала на достижение стратегических целей, поставленных российским правительством в целом, а также на достижение плановых экономических показателей и повышение конкурентоспособности компаний, в частности, сделало актуальным исследование, представленное в данной работе.

Считаем, что наличие единой методики оценки уровня деятельности сотрудников организации повышает объективность процесса оценивания. Однако на сегодняшний день можно встретить широкое разнообразие имеющихся методик оценки персонала [4]. Выбор того или иного метода осуществляется исходя из целей проведения оценки, особенностей организации, а также видения руководителя организации. Большая часть оценочных методов ориентирована на коммерческие организации, где основным критерием оценки служит прибыль. Цели общественных организаций отличаются от целей коммерческих организаций, а значит, и к сотрудникам

общественных организаций предъявляются иные требования к навыкам и умениям. Проблема заключается в отсутствии в практической области универсального метода оценки персонала общественных организаций.

Цель работы заключается в разработке единого подхода оценки сотрудников общественных организаций.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- описать этапы оценки деятельности персонала;
- рассмотреть общепринятые показатели оценки персонала;
- проанализировать методы оценки персонала организации;
- разработать универсальную модель оценки персонала общественных организаций.

Объектом исследования является система оценки сотрудников общественных организаций.

Предмет исследования — подходы к оценке сотрудников общественных организаций.

Роль и место оценки сотрудников в системе управления персоналом можно определить как интегрирующую. Аргументом данного явления служит высокая степень влияния оценки персонала на качество остальных процессов управления персоналом, представленных на рисунке 1.



Рис. 1. Место оценки сотрудников в системе управления организацией [1]

Из рисунка 1 видно, что такие элементы, как стимулирование, развитие карьеры сотрудников, формирование кадрового резерва, отбор персонала, обучение и анализ работы, реализуются через определенную модель оценивания сотрудников. Качество данной оценки напрямую влияет на процесс управления персоналом любой организации. Для разработки модели оценки персонала общественной организации проанализируем общие этапы оценивания, применяемые в различных организациях, независимо от организационно-правовой формы.

Процесс оценки персонала включает в себя три основных этапа: подготовительный, проведение оценки, завершающий этап [2]. На подготовительном этапе определяются цели проведения оценки сотрудников, показатели, выбираются методы оценки. Затем проводится непосредственно оценка персонала. На завершающей стадии оценки проводится сбор обратной связи, анализ полученных данных и оформление результатов проведенной оценки персонала.

Отличительной особенностью некоммерческих общественных организаций (НКО) является то, что в их работе принимают участие волонтеры, деятельность которых не закрепляется трудовыми отношениями. В связи с этим классическая модель алгоритма оценки персонала, несмотря на свою универсальность применения в традиционных организациях, требует корректировок на основе особенностей функционирования и целевых установок общественных организаций.

Существуют различия системы управления персоналом в коммерческих и некоммерческих организациях. Например, в коммерческих организациях в качестве объекта выступают сотрудники с определенным набором знаний и уровнем подготовки. Этот уровень подготовки прописывается в коллективном договоре и вакансии на должность, в то время как в некоммерческих организациях объектом управления персонала являются узкоспециализированные нетрудоустроенные сотрудники, занятые в создании общественно значимого продукта. При этом ведется учет трудоустроенных сотрудников, выполняющих организационное, документационное и юридическое сопровождение в общественной организации. Это объясняет необходимость включения этих данных в параметр оценки, поскольку они являются важным звеном в организации.

Модель структуры управления в коммерческих и некоммерческих организациях представлена на рисунке 2.



Рис. 2. Модель параметров управления персоналом в коммерческих и некоммерческих организациях [3]

Из рисунка 2 видно, что в общественной организации более гибкая горизонтальная структура управления, применение которой объясняется, с одной стороны, отсутствием долгосрочных задач и конкретных функций, а с другой стороны, осуществлением разнонаправленной и непоследовательной работы, которая требует быстрого реагирования на проблему. На практике в инновационных коммерческих организациях встречается матричная структура, которая также обладает свойствами гибкости и изменчивости.

Для определения структуры процедуры оценки персонала необходимо использовать определенный метод или подход [8].

Биографический метод применяется на основе анализа профессиональной карьеры изучаемого сотрудника. Исходными данными

для проведения такого анализа служат резюме, результаты анкетирования, опроса и т.д. Данный метод, как правило, применяется в совокупности с другими методами. Преимущество биографического метода состоит в возможности за короткое время сформировать мнение о сотруднике организации.

Собеседование — достаточно распространенный способ оценки сотрудника в организации. В ходе беседы ее инициатор получает возможность оценить поведение сотрудника, его стрессоустойчивость. Комплекс задаваемых вопросов помогает уже во время собеседования сформировать мнение о сотруднике. При этом нужно учитывать и эмоциональный фон обеих сторон диалога, который влияет на ход дискуссии и итоги применения данного метода.

Суть метода критического инцидента состоит в оценке эффективности сотрудника в стрессовой ситуации. Для конкретного изучаемого либо группы сотрудников могут быть созданы условия, где необходимо принимать ответственные, неординарные решения малознакомой проблемы. При этом в ходе применения этого метода важно учитывать индивидуальные особенности сотрудника организации во избежание перегрузки.

Содержание матричного метода [5] заключается в сравнении имеющихся качеств работников организации в сравнении с желаемыми качествами в форме матрицы. Преимуществом данной методики является наглядность слабых и сильных сторон работника при достаточно простой форме проведения. Однако очевидным является наличие фактора субъективности оценки, что может привести к неточностям в определении имеющихся качеств сотрудника.

Результат труда сотрудников определяется из своевременности выполнения задач. Для оценки выполнения определяемой нормы устанавливаются показатели оценивания. Эти показатели различаются в коммерческой и некоммерческой организациях. Так, в частной компании основными показателями оценки будут являться прибыль, ее динамика, а также достижение плановых показателей [9]. В общественной организации это будут количество проведенных акций и общественных мероприятий, количество оказанных услуг жителям, обратившимся за помощью в организацию, объем полученных федеральных и региональных грантов.

Для повышения эффективности оценки сотрудников общественных организаций предлагается использование технологии ассессмент-центра компетенций. Содержание технологии раскрыва-

ется в определении совокупности профессиональных и личностных качеств сотрудника за счет применения совокупности методов. Данная технология позволяет определить возможности специалиста организации.

Уровень эффективности данной технологии представлен в таблице 1, достоверность методики оценки персонала установлена результатами исследований американских ученых [6].

Таблица 1

Уровень эффективности методов оценки персонала организации [6]

<i>Метод</i>	<i>Уровень эффективности, %</i>
Ассесмент-центр	0,68
Интервью	0,62
Тесты способностей	0,54
Тесты личностных качеств	0,38
Отзывы	0,11

«Ассесмент-центр» проводится в четыре этапа.

На первом этапе проводится регистрация участников.

На втором этапе участники проходят серию тестов, которые позволяют оценить уровень способностей, важных в проявлении надпрофессиональных компетенций. В общественной организации именно данные навыки крайне востребованы.

Далее — на третьем этапе — успешно прошедшим тестирование предлагается решить кейсы, которые уже в игровой ситуации раскрывают имеющиеся надпрофессиональные компетенции. Таким образом, задача организатора данной технологии состоит в грамотном составлении тестовой части и кейсов.

Четвертый этап включает в себя синхронное взаимодействие всех участников, который предполагает выполнение серии заданий с использованием широкого спектра инструментов. В рамках упрощения процедуры проведения предлагается выполнять лишь задание «Самопрезентация», которое раскрывает социально-эмоциональные компетенции (взаимодействие с людьми, уверенность в себе, эмоциональный интеллект) [8].

По итогам участия в оценке компетенций по технологии «ассесмент-центр» формируется отчет, в котором выставляются баллы по различным группам навыков с текстовым разъяснением.

Общая модель проведения технологии ассесмент-центра представлена на рисунке 3.



Рис. 3. Схема организации процесса ассесмент-центра [6]

В итоговый отчет по проведению оценки персонала (в том числе волонтеров) включается оценка по четырем блокам:

- 1) социально-эмоциональные компетенции;
- 2) когнитивные компетенции (креативное мышление и инновационность подходов к решению игровых задач);
- 3) навык управления информацией и ее поиск;
- 4) общая техническая грамотность.

Данные блоки позволяют с разных сторон оценить сотрудника и на этих данных сделать предположение об эффективности персонала в выполнении различных функций в общественной организации. Например, сотрудник с высокой стрессоустойчивостью и нестандартным подходом к решению задач будет эффективен при организации различных акций и общественных мероприятий [8]. Человек, обладающий системным мышлением, способен успешно справляться с деятельностью по составлению отчетов, которые требуют объединения различных данных в единый вариант.

На рисунке 4 представлена схема процесса оценки персонала общественной организации на основе ассессмент-центра.



Рис. 4. Схема процесса оценки персонала общественной организации на основе ассессмент-центра

Перечень оцениваемых компетенций в ассессмент-центре представлен в таблице 2.

**Надпрофессиональные компетенции,
оцениваемые в ассессмент-центре [7]**

<i>Группа компетенций</i>	<i>Компетенции</i>
Социально-эмоциональные	Взаимодействие с людьми
	Работа в режиме высокой неопределенности и быстрой смены условий задач
	Уверенность в себе
	Компетенции в области эмоционального интеллекта
Когнитивные	Вычислительное мышление
	Креативное мышление
	Проектное мышление
	Системное мышление
	Управление информацией
	Понимание смыслов
Коммуникативные	Ведение переговоров
Цифровые	Общая техническая грамотность

Таким образом, внедрение ассессмент-центра в работу общественных организаций позволит в простой игровой форме сформировать определенный профиль компетенций как на каждого сотрудника организации, так и на волонтера. Преобладание определенного набора навыков над другими позволит руководителю организации принять правильное решение в распределении обязанностей, задач и функций.

Литература

1. Горожанкина А. Г. Методологические подходы оценки модели профессионального развития персонала организации на основе компетентностного подхода // Актуальные вопросы управления персоналом: сборник научных статей II Национальной научно-практической конференции (г. Москва, 09–11 декабря 2020 г.). М.: «Формат», 2020. С. 30-36.
2. Гужов В. В., Письменная А. Б., Рафальская Ю. С. Подходы к оценке персонала в интересах формирования кадрового резерва // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. 2022. № 1. С. 162-169.
3. Данилова Н. Е. Формирование стратегий управления персоналом в общественных некоммерческих организациях: дисс. на соискание уч. степени канд. экон. наук / Н. Е. Данилова. Орел, 2020. 192 с.
4. Дубицкий В. В., Коновалов А. А., Кислов А. Г. К решению актуальных задач кадрового обеспечения в системе профессионального образования // Профессиональное образование и рынок труда. 2021. № 3 (46). С. 6-20.

5. Человеческий капитал и эффективный менеджмент / С. А. Карташов, С. А. Шапиро, Н. М. Фоменко [и др.]. М.: «Директ-Медиа», 2023. 184 с.

6. Межлумян, Н. С. Ассесмент-центр как метод оценки персонала / Н. С. Межлумян // Теория и практика управления человеческими ресурсами: Материалы IX Международной научно-практической конференции, Чита, 21 мая 2021 года / Отв. ред. И. Р. Казарян. Чита: Забайкальский государственный университет, 2021. С. 93-97.

7. Пеша А. В., Шавровская М. Н., Николаева М. А. Ассесмент-центр компетенций онлайн: возможности и методология // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2021. Т. 19. № 2. С. 56-68.

8. Столярова В. Ф., Тулупьева Т. В., Абрамов М. В., Салахова В. Б. Выявление характеристик индивидуального человеческого капитала сотрудников организации по данным самоотчетов о профессиональных навыках и личностным особенностям // Информатика и автоматизация. 2023. Т. 22. № 1. С. 190-214.

9. Хайрулина Л. Р., Домашенко Г. А., Князева О. О. Управление профессиональным развитием персонала: учеб. пособие. Омск: Издательский центр КАН, 2021. 284 с.

*Статья поступила в редакцию 24.10.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук М. М. Васильевым*

УДК 316.75

© М. А. Колмыкова¹, Н. А. Четверикова², 2023

¹ Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), г. Москва, Россия

² Оренбургский государственный университет (ОГУ), Россия

E-mail ¹: mari_kol@mail.ru

E-mail ²: nadinka.81@mail.ru

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В ИНДУСТРИИ 4.0

В центре статьи — управленческие отношения. Авторы рассматривают управленческие отношения в новой реальности — цифровой, так как современное общество уже давно и прочно находится в эпохе глобальных перемен — глобального становления Индустрии 4.0. В статье показано, что управленческие отношения в социальном управлении — это всегда взаимодействие, в результате которого формируется социальный капитал. В Индустрии 4.0 значимость доверия как структурной единицы социального капитала не снижается, но изменяется подход к исследованию. Теперь методология исследования управленческих отношений в контексте социотехнического подхода дополняется акторно-сетевой теорией.

Ключевые слова: социальный капитал, управленческие отношения, социальное управление, социальное взаимодействие, «Индустрия 4.0», инновации, социальный ресурс, цифровизация, доверие.

«Индустрия 4.0» — не только один из ключевых векторов развития отечественной экономики, это всесторонняя цифровая трансформация технологий, моделей, систем и процессов производства и потребления. Цифровая трансформация становится неотъемлемым элементом системы управления. Появление новых технологий, новых потребительских ценностей, связанных с быстрой сменой поколений и их когнитивными особенностями, требует и новых профессиональных навыков у субъектов и объектов управления [10]. Вероятно, меняется и содержание управления — сам процесс взаимодействия, его формы, нравственное ядро.

К сожалению, социологических исследований как Индустрии 4.0 в общем, так и управленческих отношений (взаимодействий) в ней почти нет. Осмысление роли и ориентиров новых отношений в контексте цифровой трансформации в отечественной социологии нача-

лось не так давно. Предпринимаются попытки осмыслить происходящие изменения в обществе, на рынке труда в условиях перехода к новому технологическому укладу, ведутся исследования гибридных систем управления, совершенствуется методология исследования гибридных социотехнических процессов, уточняются «управленческие императивы Индустрии 4.0» для решения управленческих задач [8, 11, 12, 16]. Современные публикации больше содержат отдельные аспекты формирования, внедрения, совершенствования инновационных технологий в системе управления организацией.

На данный момент однозначно можно утверждать только то, что новые детерминанты экономики и развития современных организаций должны наилучшим образом удовлетворять социально-экономическим интересам и потребностям личности, организации и общества. В этой связи становится очевидным проведение системного исследования социальных и управленческих аспектов становления Индустрии 4.0.

Актуальность данного исследования управленческих отношений продиктована стремлением показать, что внедрение цифровых продуктов (инновационных технологий) для оптимизации и эффективного выстраивания процессов на микро-, мезо-, макроуровне должно проходить с учетом социальных аспектов (значимости человеческого, социального капитала) и ценностно-нравственных основ социального взаимодействия.

Все вышеизложенное определило *цель данной работы* — рассмотреть управленческие отношения (*предмет исследования*) в новой реальности — цифровой. *Объектом для исследования* выступила «Индустрия 4.0».

Теоретико-методологическую основу изучения управленческих отношений составили концепции социального взаимодействия и социального капитала.

Социальное взаимодействие (интеракция) — одно из основных понятий социологии. Все социальные явления — отношения, процессы, поведение, ситуации, вовлеченность, интересы, действия и другие — возникают в результате социального взаимодействия. Для А. И. Кравченко социальное взаимодействие представляется процессом, в котором индивиды, социальные группы или общности воздействуют друг на друга в ходе реализации собственных интересов [7]. Социальное взаимодействие у Ю. Ю. Чилипенко — это различного характера, направленные на другого (других) действия субъекта (субъектов) данного взаимодействия, участвующих в совместной деятельности [13].

Управление как способ реализации совместной деятельности начинается тогда, когда в каких-либо взаимосвязях, отношениях, явлениях, процессах присутствуют сознательное начало, интерес и знания, цели и воля, энергия и действия человека [6]. Система действий, которая возникает из совместного участия объектов взаимодействия в сложной, подвижной сети социальных отношений, является исходным моментом формирования социальных связей. Социальные связи характеризуются наличием не менее двух субъектов, самого процесса взаимодействия, а также условий и факторов его реализации. Если предположить, что такими условиями являются доверие, взаимопомощь, взаимно разделяемые нормы и ценности, готовность к совместным действиям, то в сущности мы наблюдаем социальный капитал, который формируется в управленческих отношениях как результат взаимодействия (см. рис. 1) и является неотъемлемым элементом в структуре социальных отношений.

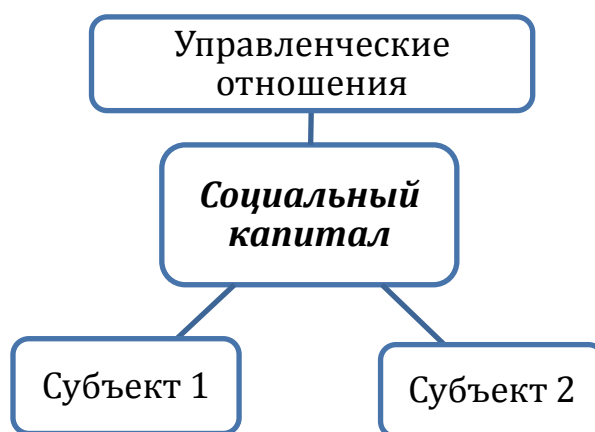


Рис. 1. Социальный капитал как результат взаимодействия в структуре управленческих отношений

При таких условиях достигается смысл социального управления — повышение результативности человеческой деятельности, так как социальное управление — это всегда взаимодействие, в ходе которого происходят качественные изменения в структуре и отношениях субъекта и объекта управления.

Процесс управления в социальных отношениях не рассматривается только как воздействие, так как «налицо взаимодействие двух субъектов по поводу некоторой деятельности...» [14]. Это значит, что в области управленческих отношений аккумулируются различные интересы и связи, определяемые сферами человеческой деятельности. Они формируют условия взаимодействия между различными сторонами, участвующими в реализации управленческой функции [3]. Продуктивное и целесообразное использование соци-

ального капитала облегчает действия субъектов внутри управленческих отношений и тем самым способствует достижению определенных целей.

М. Л. Братковский следующим образом определил предмет управленческих отношений: «это отношения между людьми, которые складываются в процессе управления, особая форма связи между субъектом и объектом управления, управляющей и управляемой системой в процессе осуществления управленческого труда на основе познания и использования объективных тенденций функционирования и развития социальных систем» [2]. Результатом таких отношений не выступает создание готового продукта (товара, услуги, работы), но в то же время такие отношения являются необходимым условием эффективного производства и управления.

В современном обществе управление приобретает цифровой характер, где основной тренд — это применение информационно-коммуникационных технологий. Остановимся на концепции «Индустрия 4.0», реализация которой согласно распространенному мнению позволит добиться технологического прорыва и скачка во всех сферах жизнедеятельности человека. Для авторов настоящего исследования «Индустрия 4.0» — собирательное понятие, которое содержит в себе инновационность применяемых технологий и как следствие — социальные и организационные изменения.

В рамках данной работы (как и на данный момент времени) не представляется возможным описать все технологии, потенциально применимые при реализации концепции «Индустрия 4.0». На рисунке 2 представлены некоторые из них.

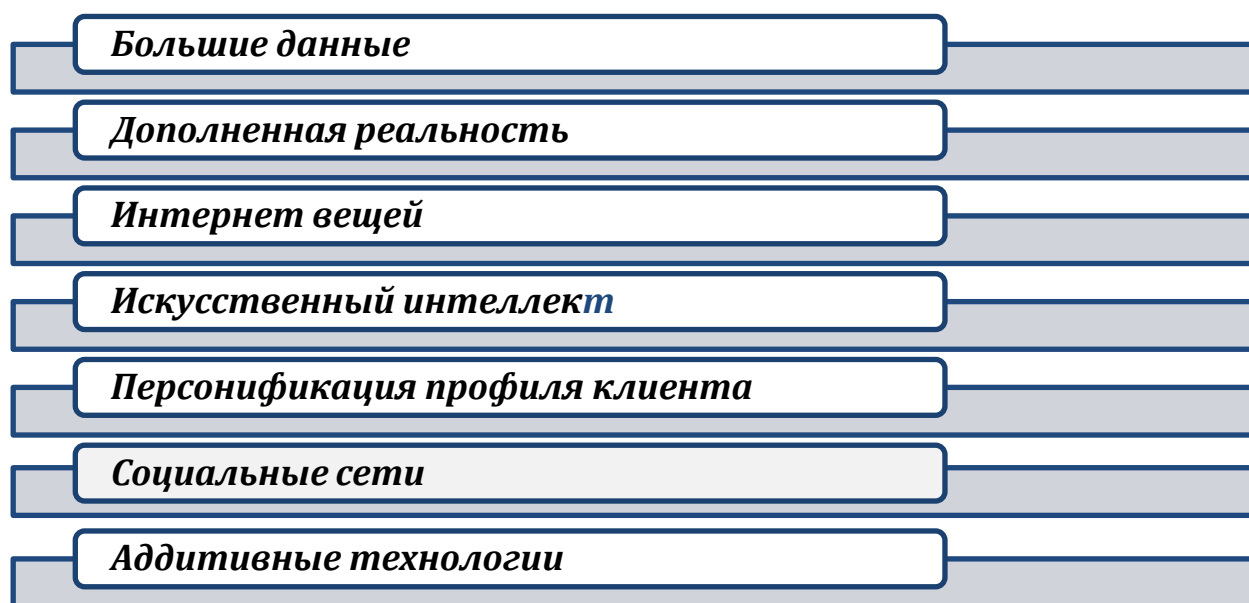


Рис. 2. Некоторые технологии Индустрии 4.0

Содержательной характеристикой новой концепции является то, что при внедрении технологий Индустрии 4.0 в производственные процессы значительная часть этих процессов будет проходить без включенности человека [4]. Д. Е. Бекбергенова сформулировала дефиницию Индустрии 4.0 следующим образом: «это система социально-экономических отношений, возникающих в процессе максимальной цифровизации и автоматизации промышленного производства на основе использования современных киберфизических, облачных и аддитивных технологий, возможностей искусственного интеллекта и приемов обработки больших объемов данных с последующим формированием глобальной промышленной сети бизнес-процессов, продуктов и услуг» [1].

Однако понятие и сущностное содержание концепции «Индустрия 4.0» нужно рассматривать шире, чем просто цифровые технологии, превалирующие над ролью человека в системе социально-экономических отношений в эпоху Интернета. Как пишут в своем исследовании А. В. Тихонов и В. С. Богданов, «мы стали свидетелями трансформации управленческих практик на основе гибридизации информационных и социальных технологий, что порождает новые функции, структуры и, конечно, проблемы» [12]. Постепенно технологии Индустрии 4.0 становятся доступнее и распространяются шире, меняя все больше организаций (и не только промышленного производства). Недостаточно рассматривать разработки, связанные с новым технологическим укладом, исключительно с технологической точки зрения. Такие глобальные перемены требуют глубинных организационных преобразований в поведении, культуре, отношениях [15]. Руководители начинают осознавать, что меняются условия их деятельности и необходимо проводить изменения, в том числе и в управленческих подходах. М. А. Юдина отмечает: «Только те организации, которые смогут адекватно реагировать на перемены, инвестируя не только в технологии, но и в знания, возможности и культуру общения в компании, смогут реализовать потенциал Индустрии 4.0» [11].

В комплексном исследовании И. В. Бурениной, М. М. Гайфуллиной и С. Ф. Сайфуллиной показаны возможные трансформации и последствия внедрения технологий Индустрии 4.0 (табл. 1) [4].

Применение новых технологий и приобретение знаний посредством целевой обработки информации неизбежно приводит к появлению новых способов организации профессиональной деятельности, что в свою очередь ведет к изменению организационных структур, управленческих отношений, формальных и неформальных

форм взаимодействия. Следовательно, для достижения успеха не менее важную роль наряду с материально-технической составляющей играет возможность анализа преобладающей организационной культуры и отношений в организации, роль человеческого, социального капитала и применяемой модели мышления, социальная ответственность за принятие управленческих решений под влиянием различных факторов и явлений и формы обратной связи.

Таблица 1

Трансформации в Индустрии 4.0

<i>Виды трансформаций</i>	<i>Последствия внедрения технологий Индустрии 4.0</i>
Экономические	— повышение производительности труда; — появление новых видов промышленных технологий и производств; — новый уровень автоматизации и роботизации производственных процессов и другие
Социальные	— демографические изменения; — изменения на рынке труда; — высвобождение персонала; — усложнение компетенций работников; — развитие новых форм занятости; — интеллектуализация труда и другие

Таким образом, организации должны ответить на вопрос, что для них значит «Индустрия 4.0», какой должна быть модель управления — иметь в своей основе «технократическое регулирование» или «стратегию социально ориентированного управления» [12], и в этой связи какие управленческие отношения можно считать эффективными в контексте современных вызовов.

Например, И. Г. Овчинникова и А. Е. Плахин показывают, что для предприятия, создающего гостиничный продукт, «Индустрия 4.0» — это прежде всего работа с большими данными и внедрение информационных технологий, таких как PMS-системы, CRM-программы. Использование таких программ управления отелем (PMS) и управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) позволяют создавать персонализированный (кастомизированный) продукт. По мнению исследователей, внедрение цифровых инноваций способствует изменению функций персонала в организации, и даже появляется вероятность его замены на искусственный интеллект (например, выбор номера и заселение). Новый концептуальный подход меняет и управ-

ленческие отношения. Взаимодействия участников корпоративного управления следует рассматривать с позиции теории стейкхолдеров, а ключевыми факторами взаимоотношений являются когнитивные способности и компетенции. В модели цифровой трансформации управления процессами, разработанной авторами, уточнено, что изменение способов функционирования организации должно быть связано с развитием экосистемы организации, организационными изменениями с применением гибких технологий в управлении [10].

Обратимся к научному исследованию Л. Г. Судас и М. А. Юдиной «Управленческие императивы Индустрии 4.0» [11]. Управленческими императивами авторы называют качественно новые требования к управлению с учетом беспрецедентного уровня сложности новых систем, подчеркивая их фундаментальность и обязательность для исполнения. В новой среде «конкуренции за актуальность» управленческие императивы — это связность и гибкость, надежность технологий, инклюзия. Авторы пишут о необходимости преодоления техноцентризма при реализации концепции «Индустрия 4.0», основываясь на социальном конструировании и идее социотехничности любой технологии, и как продолжение — со-конструирования общества и технологий.

Затрагивая технологию Интернета вещей, Л. Г. Судас и М. А. Юдина отмечают значимость управления доверием в контексте социального интернета вещей: «Люди и вещи находятся в гетерогенной сети социального взаимодействия, в которой все элементы — актанты». Безусловно, управление доверием в новой парадигме имеет ряд специфических особенностей, но изменения в логике взаимодействия между людьми закономерно ведут к смене управленческих подходов, и встает вопрос о формах развития социальных отношений в контексте развития технологий [11].

Гибкость и адаптивность как управленческие императивы показаны и в работе И. А. Наугольной. Наряду с ними автор выделяет развитие человеческого капитала, поясняя, что эпоха Индустрии 4.0 предоставляет еще больше возможностей для обучения и развития персонала, адаптации к новым технологиям и изменениям в рабочей среде, а также стимулирования инноваций и их творческого мышления [9].

Об особенностях цифровизации современных государственно-управленческих отношений пишет профессор Ю. В. Ирхин. В своей работе он отмечает, что сами по себе инновационные технологии не решают управленческие проблемы и что роль человеческого фактора на этапах принятия управленческих решений будет только возрас-

тать. В этой связи возрастает роль формирования связанных цифровых платформ, на технологической основе которых будут реализовываться государственно-управленческие отношения. Такой управленческий подход, по мнению автора, можно рассматривать в виде количественного и качественного развития «электронного государства», электронного портала государственных услуг. Профессор отмечает, что взаимодействие на единой цифровой платформе требует от всех участников умения работать в «платформенно-цифровых» технологиях и современных управленческих компетенциях [5].

Таким образом, рассмотрев различные подходы к реализации концепции «Индустрия 4.0», затрагивающие область управленческих отношений, представляется возможным сделать следующие выводы.

1. Управленческие отношения в Индустрии 4.0 — это гетерогенная система отношений, где присутствует человеческий компонент и вещный (предметный). Такое слаженное взаимодействие достигается благодаря связности компонентов, гибкости и адаптивности используемых технологий, продуманному конструированию механизма управления, которое должно быть «умным» и не сводиться только к технико-технологическим преобразованиям.

2. Создание продуктов (товаров, услуг, работ) в Индустрии 4.0 основывается на создании ценности для потребителя за счет повышения степени индивидуализации (кастомизации). Это становится возможным при наличии управленческих компетенций, жестких и мягких навыков.

3. В структуре управленческих отношений присутствует социальный капитал как результат социального взаимодействия субъектов управления. В условиях реализации концепции «Индустрия 4.0» и использования социотехнического системного подхода к исследованию управленческих отношений актуальным остается вопрос доверия как структурного элемента социального капитала в его классическом понимании, с одной стороны, и доверия как ценности и надежности применения инновационных технологий для усиления конкурентного потенциала — с другой.

4. Методология исследования управленческих отношений в Индустрии 4.0 теперь должна базироваться не только на теориях социального взаимодействия и социального капитала, но и на акторно-сетевой теории.

5. «Индустрия 4.0» способствует формированию нового феномена — социотехнического капитала в квазисоциальных отношениях.

Литература

1. Бекбергенева Д. Е. Ключевые направления развития индустрии 4.0 в современных условиях цифровизации экономики // Экономические науки. 2020. № 4. С. 61-65.
2. Братковский М. Л. Сущность управленческих отношений как предмета // Государственное управление: сборник научных работ. 2021. № 21. С. 21-26.
3. Бугель Н. В. Управленческие отношения и их многоаспектность // Ленинградский юридический журнал. 2018. № 4 (54). С. 104-108.
4. Буренина И. В., Гайфуллина М. М., Сайфуллина С. Ф. Социально-экономические трансформации, связанные с реализацией проектов разработки и внедрения технологий Индустрии 4.0 // Вестник Евразийской науки. 2018. № 5. URL: <https://esj.today/PDF/73ECVN518.pdf>.
5. Ирхин Ю. В. Особенности цифровизации современных государственно-управленческих отношений // Развитие политических институтов и процессов: зарубежный и отечественный опыт: сб. научных статей XI Всероссийской науч.-практ. конференции с международным участием (г. Омск, 29 апреля 2020 г.). Омск : ОГУ, 2020. С. 48-55.
6. Клементьев Д. С. Социология управления. М.: МАКС Пресс, 2006. 298 с.
7. Кравченко А. И. Классические теории через призму социологического воображения. Т. 1 // Социология: учебник для академического бакалавриата. В 2 т. Москва: Юрайт, 2014. 584 с.
8. Леонова И. С. Управление социально-психологическим старением персонала российских компаний в условиях требований рынка труда Индустрии 4.0: дис. ... д-ра социол. наук: 22.00.08 / И. С. Леонова. Нижний Новгород, 2021. 407 с.
9. Наугольнова И. А. Менеджмент 4.0: эволюция и инновации в управлении организацией в цифровую эпоху // Теория и практика общественного развития. 2023. № 6 (182). С. 220-226.
10. Овчинникова И. Г., Плахин А. Е. Новая реальность: трансформация гостиничного продукта и системы управления предприятием в Индустрии 4.0 // e-FORUM. 2021. Т. 5. № 2. С. 1.
11. Судас Л. Г., Юдина М. А. Управленческие императивы Индустрии 4.0. Москва: Московский университет, 2021. 152 [1] с.
12. Тихонов А. В., Богданов В. С. От «умного регулирования» к «умному управлению»: социальная проблема цифровизации обратных связей // Социологические исследования. 2020. № 1. С. 74-81.
13. Чилипенко Ю. Ю. Социально-трудовые отношения: теория и практика взаимодействия субъектов в сфере малого и среднего бизнеса: монография. Нижний Новгород: НИСОЦ, 2015. 363 с.
14. Чупров В. И., Осипова М. А. Социология управления. Теоретические основы. Москва: Российский университет дружбы народов, 2011. 172 с.

15. Шу Г., Андерл Р., Гауземайер Ю., Хомпель М. Т., Вальстер В. и др. Индекс зрелости Индустрии 4.0 – управление цифровым преобразованием компаний (acatech Исследование). Munich: Herbert Utz Verlag, 2017. URL: https://www.acatech.de/wp-content/uploads/2018/03/acatech_STUDIE_rus_Maturity_Index_WEB.pdf.

16. Сотников С. А. Влияние цифровизации на трансформацию института медицины // Вестник Самарского муниципального института управления. 2023. № 1. С. 89-100.

*Статья поступила в редакцию 04.12.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© Д. Н. ПОГРЕБНОЙ¹, А. В. САЛЬНИКОВ², 2023

¹ Военный университет им. князя Александра Невского
Министерства обороны Российской Федерации
(ВУМО РФ), г. Москва, Россия

² Военный учебный центр при Московском авиационном
институте (национальном исследовательском
университете), Россия

E-mail ¹: d.pogrebnoi@list.ru

E-mail ²: alexeysalnikov21539@mail.ru

МЕСТО ВОИНСКИХ РИТУАЛОВ И ТРАДИЦИЙ В УПРАВЛЕНИИ ВОИНСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Статья посвящена теоретическому анализу аспектов возникновения и развития воинских ритуалов и традиций, их влияния на членов воинского коллектива. Определена историческая ценность и значимость ритуалов в управлении воинскими коллективами, их интеграция и влияние на гражданское общество. Рассмотрены возможности и степень влияния ритуалов.

Ключевые слова: воинские ритуалы, воинские традиции, воинская деятельность, паттерны поведения, управление коллективом.

Введение

Потребность в стабильности поведения и предсказуемости коллектива компании лежит в основе управления сотрудниками и формировании идентичности культуры организации. Одним из инструментов управления последовательностью поведения сотрудника выступает стандартизация его действий посредством неоднократного повторения и закрепления организационных норм, ценностей, традиций и ритуалов.

Считаем, что для дальнейшего структурирования материала следует понимать разницу между традицией и ритуалами. Так, в данном контексте ритуал представляет собой «символическое действие, выражающее связь субъекта с системой социальных отношений и ценностей, проявляющееся в регламентированной последовательности действий» [5, с. 305] в рамках определенной общности. В свою очередь традиция представляет собой временной интервал передачи от старшего поколения элементов накопленного социального и культурного наследия (в том числе и ритуалов), а также их

сохранение в конкретных социальных образованиях, социальных группах и институтах в течение длительного времени [5, 380].

Цель настоящего исследования — оценить влияние воинских традиций и ритуалов на личный состав подразделения и окружающее социальное пространство.

Объектом исследования являются воинские ритуалы и традиции, предмет исследования — их роль и место в управлении воинской деятельностью.

Методологией исследования выступает теоретический анализ научных материалов, размещенных в открытом доступе.

Результаты исследования

Результаты исследования сосредоточены на особой роли ритуалов, которая начинает формироваться со времен первобытного общества, где они (ритуалы) выступали как идентификаторы определенных племен, сословий, религиозных образований и т.д.

Научный подход к изучению ритуалов нашел отражение в работах А. Рэдклифф-Брауна, К. Леви-Стросса, Э. Дюркгейма, Р. Мертона и др. [3, 4, 6, 7].

Ритуалы являются неотъемлемой частью культуры и выражаются в проявлении паттернов поведения при взаимодействии индивидов в определенных ситуациях. Особую роль ритуала отмечает Я. Ассманн: «В ритуальном действии посредством регулярного повторения осуществляется возобновление идентификации на уровне знания для непрекращающейся культурной самоидентификации социума» [3, с. 153].

При этом в повседневной жизни люди не задумываются над тем, что часть их действий, такие, например, как приветствие, ношение униформы, утренний туалет, являются ритуалами в виде закрепленных стандартизированных действий [1, с. 146]. Они воспроизводятся бесчисленное количество раз, вне зависимости от времени и места [2, с. 287]. Представляя собой наблюдаемые образцы поведения, ритуалы призваны сделать поведение предсказуемым и стабильным. При этом набор ритуалов одной организации отличается от ритуалов другой организации и связан со спецификой ее деятельности (большинство ритуалов медицинской организации будут иметь отличие от организации строительной).

В отличие от привычек, представляющих собой «автоматизированное действие, особую форму поведения индивида в определенных условиях, приобретающую характер потребности (привычка может складываться стихийно или быть результатом воспитания)», [5, с. 261] и традиций.

Социальный феномен традиции раскрывается в ее возможности формирования стандартов человеческого поведения в различных ситуациях и сферах его жизни. Представляя собой неотъемлемую часть для всех социальных групп, институтов, обществ, они предполагают строгое выполнение модели социального поведения членов социальной группы.

Для российского общества традиции представляют собой исторически сложившиеся модели восприятия социально-политической системы российского государства и общества, являясь их образующим элементом. При этом сущность традиций связана с историческим периодом и общественно-политической обстановкой социальной системы государства.

На протяжении всего этапа развития российского общества традиции неразрывно связаны с различными формами ритуалов.

В некоторых организациях ритуалы представляют собой формализованный порядок действий должностных лиц и сотрудников и являются широко распространенным инструментом влияния.

Одной из таких организаций выступает институт Вооруженных Сил Российской Федерации, в котором ритуалам отводится особое значение не только в стандартизации действий ее членов, но и в популяризации и интеграции военной службы в гражданское общество. Сохранение ритуалов в неизменном виде в военной сфере общества позволяет с точностью предсказать их поведение в определенный момент времени вне зависимости от территориального расположения воинской части и позволяет военнослужащим в кратчайшие сроки адаптироваться к новому месту службы.

Ритуалы как составная часть корпоративной культуры военной службы буквально пронизывают все стороны деятельности военнослужащих, начиная с церемониального поднятия государственного флага, исполнения гимна до определения стиля общения между различными категориями военнослужащих, выражающегося в единичных актах выполнения воинского приветствия¹, соблюдения субординации и уважения к старшим.

¹ В целях воспитания у воинов чувства уважения к командирам и начальникам Петр I в конце XVII – начале XVIII вв. ввел в жизнь войск традицию «отдание комплимента». Комплимент отдавался поклоном, снятием шляпы, шпагой или ружьем, иногда знаменем. Воинское приветствие выполнялось на тренировках, на строевых, при встрече и в других случаях. В Российской империи воинское отдание комплимента называлось отданием чести, потому что включало в себя разнообразные поклоны и реверансы, а не только поднесение открытой руки к головному убору.

В управлении подразделением ритуалы играют непосредственную роль и используются при решении задач государства и Вооруженных Сил при формировании у военнослужащих высокой моральной готовности к выполнению задач по предназначению, гордости и ответственности за принадлежность к Вооруженным Силам, развитию у военнослужащих качеств, необходимых для выполнения воинского долга, сознания святости и нерушимости военной присяги, отваги, выдержки, находчивости, бдительности, чувства войскового товарищества и взаимовыручки [6].

К нормативно закрепленным воинским ритуалам относятся:

- подъем и спуск Государственного флага;
- вручение воинской части Боевого знамени, георгиевских знаменных лент и навершия;
- приведение к Военной присяге;
- ритуал вручения вооружения, военной техники и стрелкового оружия;
- смена и развод караула;
- вынос боевого знамени подразделения;
- отдавание воинских почестей и др. [8].

Ценность ритуалов в военной службе трудно переоценить, а их использование не должно превращаться в рутинные события. Вручение наград военнослужащим призвано подчеркнуть и выделить из общей массы их заслуги перед отечеством, что должно послужить примером к достойному поведению. Но когда медали и знаки отличия вручаются по принципу «поощрить непричастных, наказать невиновных», то значимость таких мероприятий в лучшем случае окажется минимальной, а в худшем и вовсе изменит отношение военнослужащих к совершению достойных поступков.

Современные воинские ритуалы представляют собой торжественные церемонии, состоящие из определенных последовательностей действий, совершаемых по случаю праздников или других поводов [9]. Некоторая часть из них (в большей степени праздничная) привлекает к себе не только военнослужащих, но и гражданское население, что в свою очередь несколько сглаживает отчужденность общества от армии.

Торжественность приведения к военной присяге была придана в начале XX в. и не оставляет равнодушными ни участников, ни присутствующих родственников. За внешней помпезностью церемонии скрывается большая работа по подготовке к мероприятию. Зачитывание текста присяги накладывает на военнослужащего ряд

моральных и юридических обязательств, а на командира — повышение ответственности за вновь принятый личный состав.

В древних летописях приведение к присяге описывается следующим образом: «Если новичок проходил с честью все три круга (огонь, вода, земля), в урочный день вся дружина собиралась на капище (святилище, культовое место), где жрец проводил над ним обряд Воинского посвящения. Здесь молодому воину давалось новое имя, что знаменовало новое рождение человека» [4, с. 42].

С этого момента начинается формирование надежного защитника Родины и носителя традиционных ценностей российского общества. Таким образом, именно ритуал приведения к Военной присяге становится не просто праздничным мероприятием, а началом кропотливой работы по подготовке воина к защите Отечества.

Одним из наиболее важных воинских ритуалов, охватывающим все слои населения, является праздничный парад, посвященный победе русского оружия в Великой Отечественной войне. Данное мероприятие отличается от остальных, имеет высокую значимость и направлено не только на формирование морального и нравственного облика военнослужащих, но и на изменение отношения гражданского общества к людям, защищавшим и защищающим по сей день целостность государства и единство народа, способствует распространению воинских традиций.

Заключение

Соотношение усилий по организации и проведению ритуала с полученными вследствие этого результатами для управления в очередной раз подтверждают слова французского исследователя А. Файоля о том, что «управлять — значит прогнозировать и планировать, организовывать, руководить командой, координировать и контролировать» [7, с. 78].

Командир должен понимать значимость и возможности использования ритуала в управленческой практике, соотнеся его с поставленными целями и задачами. Ритуал как инструмент управления коллективом будет эффективным лишь в случае его правильного использования исходя из окружающей обстановки и среды его применения.

В заключение необходимо сказать о том, что употребление ритуалов должно быть рациональным и целесообразным, такой подход позволит использовать их во благо, а не во вред.

Не стоит забывать и о том, что общество имеет склонность к развитию, а окружающая обстановка к — изменению, что в свою оче-

редь должно соответствующим образом трансформировать и ритуалы.

Литература

1. Архангельская Л. С. Значение ритуала в управлении организацией // Социология. 2010. № 2. С. 145-150.
2. Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии: в 4 т. / Пер. с нем., сост., общ. ред. и предисл. Л. Г. Ионина. М.: Высшая школа экономики, 2018. Т. 3. 333 с.
3. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни // Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиоведения. Антология Т. 2 / Пер. с англ., нем., фр., сост. и общ. ред. А. Н. Красникова. М.: Канон+, 1998. 432 с.
4. Леви-Стросс К. Структурная антропология. М.: Эксмо-Пресс; Яуза, 2001. 512 с.
5. Лойко О. Т. Ритуал с социальной памяти. Известия Томского политехнического университета. 2004. Т. 307. № 4. С. 153.
6. Мертон Р. Типы приспособления индивидов. Ритуализм. <http://lib.socio.njsu.ni>; Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Академический Проект, 2000.
7. Рэдклифф-Браун А. Структура и функция в примитивном обществе. Очерки и лекции. М.: Изд. фирма «Восточная литература» РАН, 2001. 304 с.
8. Устав внутренней службы Вооруженных Сил Российской Федерации (утв. Указом Президента РФ от 10 ноября 2007 г. № 1495) // КонсультантПлюс. URL: <https://www.consultant.ru>
9. Серых В. Д. Воинские ритуалы. М.: Воениздат, 1986. 256 с.

*Статья поступила в редакцию 11.11.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© М. О. Скивко¹, А. О. Зубова², 2023

^{1,2} Самарский национальный исследовательский
университет им. академика С. П. Королева
(Самарский университет);

² Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
(Университет «МИР»), Россия

E-mail ¹: maria.skivko@gmail.com

E-mail ²: zubovaalya@mail.ru

РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ В ОБЛАСТИ ЦИФРОВОГО СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА¹

Социальное предпринимательство создает новый тип отношений между бизнесом, обществом и государством. Современные вызовы диктуют необходимость вести бизнес более технологичным способом с применением цифровых технологий. Встает вопрос об образовательных продуктах, которые формируют необходимые компетенции для ведения цифрового социального предпринимательства. В данной статье, во-первых, раскрывается необходимость изменений в системе высшего образования относительно разнообразных социальных, экономических и экологических запросов, а также в условиях конкуренции образовательных продуктов. Во-вторых, описываются результаты исследования отечественных образовательных программ уровня магистратуры по теме социального предпринимательства. В-третьих, представлены результаты исследования зарубежных образовательных программ уровня магистратуры по теме социального предпринимательства. Отдельный акцент ставится на те программы в отечественной и зарубежной практиках, где уже применяются цифровые технологии или где обучают цифровым навыкам для ведения цифрового бизнеса. Наконец, делаются выводы о том, какие компетенции и особенности образовательного контента могут быть актуальны для разрабатываемой программы магистратуры по теме цифрового социального предпринимательства.

¹ Публикация осуществляется в рамках проекта «Цифровое социальное предпринимательство», реализуемого победителем грантового конкурса для преподавателей магистратуры 2022/2023 Стипендиальной программы Владимира Потанина.

Ключевые слова: образовательная программа, магистерская программа, социальное предпринимательство, цифровое социальное предпринимательство, универсальные компетенции, цифровые решения, междисциплинарность, предпринимательские компетенции.

Введение

Интерес к теме социального предпринимательства в последние годы связан как с ростом различных социальных проблем на глобальном и локальном уровнях, так и со сложностями их решения традиционными методами. Усилий государства, некоммерческих организаций и социального вклада традиционного бизнеса оказывается недостаточно. Здесь целесообразен запуск новых решений для старых проблем. И в этих условиях социальное предпринимательство создает новый тип отношений между бизнесом и обществом, решая те самые социальные проблемы и получая одновременно за эти решения определенную финансовую прибыль.

Одновременно все больше возрастает необходимость в получении конкретных компетенций для ведения бизнеса. Более того, встает вопрос о развитии не только традиционных компетенций, которые нужны субъектам, чтобы начать вести свою предпринимательскую деятельность, а и о таких, которые бы помогали сделать бизнес более технологичным с точки зрения применения цифровых технологий. При этом стоит отметить, что цифровизация воздействует как на сам бизнес, так и на потребительские практики, так как онлайн-коммерция постепенно вытесняет традиционные формы ведения бизнеса.

Таким образом, возникает необходимость понимания: как развивать бизнес (как традиционный, так и социальный) в цифровой среде, а также как эффективно использовать цифровые решения для бизнеса.

Цифровое социальное предпринимательство нацелено на решение социальных (а также экологических и культурных) проблем с помощью применения цифровых технологий. Для цифрового социального предпринимательства также характерно, во-первых, наличие социально значимого результата: такой бизнес имеет конкретную социальную направленность или производит наукоемкий продукт для решения конкретных социальных проблем населения. Во-вторых, в основе цифрового социального бизнеса лежат инновационные идеи, а само предприятие сформировано по особой организации бизнес-процессов. В-третьих, цифровой социальный бизнес в силу особенностей фокуса (решение социальных проблем) связан с высокими рисками и неоднозначностью критериев доходности.

Цель настоящей работы — предложить актуальный перечень ключевых составляющих образовательной программы магистратуры в области предпринимательства, включающий компетенции социально ориентированных и цифровых решений.

Исходя из данной цели, были поставлены следующие задачи:

— обозначить необходимость изменений в системе высшего образования относительно разнообразных социальных, экономических и экологических запросов, а также в условиях конкуренции образовательных продуктов;

— проанализировать отечественные и зарубежные практики внедрения образовательных программ уровня магистратуры по теме социального предпринимательства;

— описать компетенции, которые могут быть актуальны для разрабатываемой программы магистратуры по теме цифрового социального предпринимательства.

Объектом для данного исследования выступило содержание отечественных и зарубежных образовательных программ уровня магистратуры по теме социального предпринимательства; предмет исследования — компетенции, необходимые для ведения цифрового социального предпринимательства.

Результаты исследования

От системы высшего образования сегодня требуется не только предоставить обучающимся набор знаний, навыков и умений. Высшее образование должно реагировать на значимые экономические, экологические и социальные изменения, создавать полезную образовательную среду, в которой обучающиеся смогут не только освоить конкретные дисциплины, но и найти себе применение в профессиональной среде. Это подтверждается, например, исследованием Института образования Высшей школы экономики, в котором делается акцент на возможностях гибридного обучения, совмещения учебы и практики за счет цифровых технологий, а также микрообучения [1]. Более того запросы рынка требуют создания и внедрения в образовательный процесс как новых дисциплин, так и целых образовательных программ.

Рейтинг высших учебных заведений как механизм признания достижений и эффективности вуза создает конкуренцию за инновационные идеи, студентов, престиж образовательных программ и источники финансирования образовательных проектов. При этом такая конкуренция не должна отрицательно влиять на качество образования. Напротив, высшая школа может привлекать студентов именно актуальным содержанием образовательных продуктов.

Согласно мнению некоторых исследователей [2] конкурентоспособная образовательная программа должна:

- обеспечивать соответствие академического содержания дисциплин и профессиональной деятельности;
- обладать определенной гибкостью и адаптивностью, чтобы подстраиваться под современные запросы рынка труда;
- активно взаимодействовать с потенциальными работодателями и профессиональными ассоциациями как влиятельными социальными агентами системы высшего образования.

Сюда можно добавить создание возможностей для индивидуальных образовательных траекторий, модульного образования, а также самообразования и самообучения (в том числе за счет сертифицированных онлайн-курсов и программ дополнительного образования) [3].

Компетенции, формируемые в ходе реализации образовательной программы, — важная составляющая для ее привлекательности. Одним из значимых примеров на мировом уровне является образовательная модель Всемирного Экономического Форума, включающая в себя три типа образовательного результата. Первый тип — знания предметных областей с акцентом на функциональные грамотности (языковая, финансовая, цифровая, гражданская и др.). Второй тип — компетенции 4К (критическое мышление, креативность, коммуникабельность, коллаборативность). Третий тип — качества характера (лидерство, адаптивность к изменениям, любознательность и др.) [4].

Говоря о программе по цифровому социальному предпринимательству, совершенно точно можно сказать, что для специалистов в заявленной области понадобятся знания, умения и навыки, необходимые для менеджеров (теория управления и решение управленческих задач, анализ рынка и составление бизнес-планов). Кроме того, у обучающихся нужно будет формировать компетенции, позволяющие создавать и вести именно социальный бизнес (правовое регулирование социального предпринимательства, меры поддержки социального бизнеса и т.п.). Важной составляющей заявленной программы должны стать «цифровые» компетенции, а именно понимание цифровых технологий: основы программирования, ведения бизнеса в онлайн-формате, высокотехнологичный бизнес, программное обеспечение и т.п.

На российском рынке образовательных продуктов обучающиеся могут получить базовые менеджерские компетенции изучая такие дисциплины как: основы цифрового бизнеса (цифровая экономика, дизайн цифрового продукта, управление интеллектуально-

стью собственностью, стратегический менеджмент и стратегический анализ, разработка и принятие управленческих решений в системе социальной работы, управление социальными проектами, социально ориентированный бизнес). Широко представлены дисциплины по мягким (лидерство, управление командой, технология ведения переговоров, поведенческая экономика, креативное дизайн-мышление) или твердым (управление мобильным приложением, нейромаркетинг, customer development, программирование и дизайн цифрового продукта, системы искусственного интеллекта) навыкам на выбор.

В качестве примера таких образовательных продуктов является магистерская программа, реализуемая Акселератором ИБДА РАНХиГС и Нетологией «Цифровое предпринимательство» (ознакомиться с продуктом можно на платформе *netology.ru*). Похожие программы реализуются в Южном федеральном университете и Университете «Синергия».

Привлекла внимание магистерская программа, осуществляемая в Нижегородском государственном университете им. Н. И. Лобачевского «Социальное предпринимательство и проектирование организации в социальной сфере»¹. Особенностью данной программы является широкий круг партнеров-работодателей, а также обширная база практик для обучающихся.

Нельзя оставить без внимания и магистерскую программу «Предпринимательство в инновационной сфере»², которая реализуется Высшей школой управления и инноваций МГУ им. М. В. Ломоносова. К достоинствам этого образовательного продукта можно отнести следующее: его реализация осуществляется на основании собственного стандарта МГУ имени М. В. Ломоносова и разнообразный профессорско-преподавательский состав, включая преподавателей-практиков, занимающих руководящие посты в высокотехнологичных бизнесах. Базой практики являются высокотехнологичные бизнесы АФК «Система», Научный парк МГУ, компании «3Data», «Mastertel» и другие высокотехнологичные компании и бизнес-инкубаторы.

¹ Магистерская программа «Социальное предпринимательство и проектирование организации в социальной сфере». URL: <http://www.fsn.unn.ru/postupayushhim/magistratura/magisterskaya-programma-organizatsiya-sotsialnoj-raboty-s-raznymi-gruppami-naseleniya/>.

² Магистерская программа «Предпринимательство в инновационной сфере». URL: <https://hsmi.msu.ru/content/abiturientam-magistratury-po-programmam-upravlenie-innovacionnym-biznesom-i>.

Интересная образовательная программа «Высокотехнологичное социальное предпринимательство» стартовала в сентябре 2023 года на базе кафедры «Экономика и организация производства» МГТУ им. Н. Э. Баумана. Данная магистерская программа реализуется вузом совместно с Фондом «Наше будущее» (ознакомиться с продуктом можно на сайте Кафедра ИБМ2 — *ibm2.ru*). Обучающиеся по этой образовательной программе приобретут компетенции по созданию высокотехнологичных устройств, которые помогают облегчать жизнь пожилых граждан, инвалидов, маломобильных и иных социально-незащищенных групп населения.

В работе [5] представлено комплексное исследование российского рынка образовательных продуктов по социальному предпринимательству, которое было проведено авторами в 2020 году. Анализ полученных результатов позволил им сделать следующие выводы:

- регионы проявляют активность в сфере подготовки специалистов по социальному предпринимательству, но наблюдается неоднородность развития образовательных программ в разных субъектах РФ;

- есть ряд специальных образовательных программ, в рамках которых обучающиеся могут получить необходимые компетенции для ведения социального бизнеса, однако есть программы (не полностью посвященные социальному предпринимательству), включающие отдельные дисциплины/модули по социально-предпринимательской тематике;

- выделяются иные образовательные активности вне образовательных программ (к таким относятся проведение курсов, семинаров, конкурсов по заявленной тематике);

- наблюдается наличие инфраструктуры, которая необходима для поддержки социального предпринимательства (бизнес-инкубаторы, акселераторы и др.); достаточно широко представлены программы дополнительного образования по социальному предпринимательству.

Что касается компетенций, то в рамках образовательных продуктов акцент сделан на формирование и развитие управленческой составляющей, а также иных навыков, необходимых для реализации бизнес-проектов (маркетинг, менеджмент и т.п.).

А также стоит особо отметить, что авторы работы [5] усматривают в некоторых образовательных программах в качестве факультативной цели наличие признаков отношения к формированию и развитию компетенций, связанных с этическими нормами в соци-

ально-ориентированном бизнесе, развитием гражданских инициатив.

Более позднее исследование отечественных практик обучения в области социального предпринимательства проводилось И. В. Рожневой [6], результаты которого не противоречат результатам, полученным авторами вышеописанного исследования.

Исследуя образовательные продукты Самарской области, следует отметить, что на 2023-2024 учебный год нет заявленных образовательных программ по цифровому социальному предпринимательству. Однако в ведущих вузах региона обучающиеся смогут получить компетенции, необходимые для ведения предпринимательской деятельности.

Например, в Самарском национальном исследовательском университете имени академика С. П. Королева представлены к набору следующие программы магистратуры, ознакомиться с которыми можно по ссылке https://priemsamara.ru/mag#/get_program/:

— «High-Technology Business Management» (фундаментальные управленческие знания, а также понимание и обзор инженерных процессов в высокотехнологичных компаниях);

— «Стратегическое управление» (формирование способностей и навыков эффективного управления, использования различных технологий управления, гибких, соответствующих изменениям динамичной окружающей среды, направленных на разработку стратегии деятельности предприятия, удержание и развитие позиции организации на рынке, бизнес-планирование и управление бизнес-процессами, создание собственного бизнеса.)

В Самарском государственном экономическом университете заявлены программы магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» (профильные дисциплины: брендинг, маркетинговые коммуникации, customer development и модели поведенческого маркетинга, digital-маркетинг и smm, прикладной нейромаркетинг, графический дизайн)¹ и «Управление развитием бизнеса» (профильные дисциплины: современные проблемы менеджмента, проблемы правового статуса субъектов предпринимательской деятельности, прикладные программные продукты в профессиональной деятельности, экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере, управленческая экономика,

¹ Программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации». URL: <https://www.sseu.ru/postupayushchim/programma-brend-menedzhment-i-marketingovye-kommunikatsii/>.

моделирование бизнес-процессов, управление развитием бизнеса, научные основы стратегического анализа)¹.

Можно отметить, что мировая практика обучения социальному предпринимательству весьма разнообразна. Учебные курсы и программы предлагаются как вузами, так и некоммерческими организациями; желающие изучать основы социального бизнеса могут выбрать краткосрочные и долгосрочные, оффлайн и онлайн-программы. В рамках университетского образования предлагаются как программы бакалавриата и магистратуры по социальному предпринимательству, так и отдельные курсы по вышеозначенной теме в рамках других образовательных программ (в качестве дисциплины по выбору). Возможности в рамках обучения повзаимодействовать с действующими социальными предпринимателями, а также дополнительные мероприятия, направленные на практическое применение навыков и компетенций (акселераторы, хакатоны, бизнес-инкубаторы) делают такие программы наиболее привлекательными. Существуют также программы дополнительного образования, платные курсы по тренировке отдельных навыков, а также курсы от профильных ассоциаций или общественных организаций.

Как отмечают некоторые исследователи [8, 9], в систему базовых предпринимательских компетенций обычно включают: исследовательские навыки для определения проблемного поля и социальных инноваций, оценки возможностей; навыки разработки инновационных идей и методов; навыки ведения бизнеса в социальной сфере (например, фандрайзинг, коммуникационные навыки, навыки публичных выступлений и подготовки презентаций). Отдельный акцент ставится на навыках работы в команде и развитии лидерского потенциала. Сюда же обязательно входит практико-ориентированный подход, когда обучающиеся от теории переходят к практике на действующем предприятии [10].

Первый курс по социальному предпринимательству был прочитан в Гарварде в 1995 году Грегори Дизом. В Европе первый курс по социальному предпринимательству появился в 2003 году в Университете Женевы (Швейцария). Первая PhD-программа была реализована в сотрудничестве Католического университета г. Левена и Университета г. Льежа (Бельгия).

В рамках данного исследования проанализируем только магистерские программы зарубежных учебных заведений.

¹ Программа магистратуры «Управление развитием бизнеса». URL: <https://www.sseu.ru/postupayushchim/programma-upravlenie-razvitiem-biznesa/>.

Если одни учебные заведения (University College London) понимают социальное предпринимательство как трансформационное и ставят целью обучить глобальных лидеров (ознакомиться с магистерской программой можно на сайте www.ucl.ac.uk), то другие (Brunel University London) делают акцент непосредственно на позитивном влиянии социального бизнеса на устойчивое развитие (более подробно смотри на сайте www.brunel.ac.uk).

В Glasgow Caledonian University, например, создают глобальное сообщество социальных предпринимателей с помощью трансфера знаний и технологий, а также гостевых лекций от практиков из Европейского Союза (ознакомиться с продуктом можно на сайте www.gcu.ac.uk).

Среди типичных учебных форматов чаще всего встречаются интерактивные лекции, воркшопы, групповые проекты; среди методов используются методы дизайн-мышления и прототипирования. TATA Institute of Social Sciences, например, использует индуктивную педагогику, сочетание аудиторного и практического обучения посредством полевых работ, задания по решению социальных проблем на индивидуальном и групповом уровнях, а также встречи и взаимодействие с социальными и бизнес-предпринимателями¹. University of Strathclyde строит обучение на блоках тематических лабораторий (креативность, инклюзивность, глобальные инновации и др.), которые проходят в сочетании с блоками по стратегическому менеджменту и работой с базами данных².

Интересны и привлекательны дополнительные возможности в рамках основного обучения в вузах. Так, в King Stage предлагают учебный тур в Шанхай (Китай) для изучения корпоративных инноваций, стартапов и инвестиционных хабов, а также обещают платные стажировки в профильных компаниях³. В London School of Economics and Political Science основные курсы также будут включать международную исследовательскую поездку с НКО или социально ориентированной организацией в развивающуюся страну, а также возможность поработать над практическим консалтинговым

¹ Подробнее смотри по ссылке — <https://admissions.tiss.edu/view/10/admissions/ma-admissions/ma-in-social-entrepreneurship/>.

² Подробнее смотри по ссылке — <https://www.strath.ac.uk/courses/postgraduatetaught/socialinnovationentrepreneurship/>.

³ Подробнее смотри по ссылке — <https://www.king-stage.com/masters-programmes/innovation-social-entrepreneurship/>.

проектом по инновационному дизайну¹. В Goldsmiths University of London вместо дипломной работы можно взять заказной проект от компании². University of Westminster предлагает пройти бесплатно сертификацию PRINCE2®, которая является самым распространенным в мире стандартом по управлению проектами³.

Таким образом, все вышеизложенное позволяет сделать вывод о том, что комплексных программ, которые бы включали в себя и менеджерные, и цифровые, и социальные компетенции на рынке образовательных услуг на момент настоящего исследования нет.

В связи с этим, предлагается актуальный перечень ключевых составляющих образовательной программы в области предпринимательства, включающий компетенции социально ориентированных и цифровых решений.

По мнению авторов в образовательной программе магистратуры фокус должен быть сделан на разнообразие и инклюзивность знания, а также на междисциплинарность и комплексное использование подходов из управленческих и социальных дисциплин. Для реализации программы должны быть приглашены в том числе специалисты по менеджменту и цифровым технологиям. Кроме традиционной коммуникации в рамках учебного процесса, видится необходимым производство знания через коммуникацию с профессиональным сообществом. С одной стороны, это может быть взаимодействие с фондами и организациями, оказывающими поддержку социальному бизнесу, на предмет оказания финансовой, информационной или институциональной поддержки. С другой стороны, взаимодействие с действующими социальными предпринимателями на предмет представления учебных проектов (возможно в формате питчингов) и получения адресной обратной связи от практиков. Таким образом, у обучающихся будет возможность на протяжении всего периода обучения дорабатывать идею цифрового социального бизнеса, и итоговый вариант представить в виде магистерского исследовательского проекта, который будет «жизнеспособен» для реализации на практике.

¹ Подробнее смотри по ссылке — <https://www.lse.ac.uk/study-at-lse/Graduate/degree-programmes-2023/MSc-Social-Innovation-and-Entrepreneurship>.

² Подробнее смотри по ссылке — [https://www.gold.ac.uk/pg/ma-social-entrepreneurship/?utm_source=findamasters&utm_campaign=courseid\[19568\]&utm_medium=courselisting&utm_content=textLink](https://www.gold.ac.uk/pg/ma-social-entrepreneurship/?utm_source=findamasters&utm_campaign=courseid[19568]&utm_medium=courselisting&utm_content=textLink).

³ Подробнее смотри по ссылке — <https://www.westminster.ac.uk/business-and-management-courses>.

В качестве содержательного наполнения образовательной программы для развития предпринимательских компетенций в рамках единого модуля могут быть рекомендованы следующие дисциплины: стратегический менеджмент, управление проектами, управление интеллектуальной собственностью, бизнес-планирование, бизнес-этика, бизнес для устойчивого развития, циркулярная экономика и «зеленые технологии», управление рисками, бренд-менеджмент, фандрайзинг.

Следует добавить дисциплины, которые развивают представления о цифровых технологиях и формируют цифровые компетенции: управление цифровыми проектами и продуктами, цифровой маркетинг, языки программирования и дизайн цифрового продукта, дизайн мобильных интерфейсов, блоггинг, основы высокотехнологичного бизнеса, современные системы автоматизации процессов, цифровая безопасность. Кроме того, предлагается предусмотреть отдельные дисциплины для развития мягких навыков: инновационное лидерство, эмоциональный интеллект, эффективные коммуникации, креативное мышление, навыки сотрудничества, управление командой, критическое мышление.

В заключении хотелось отметить, что интерес к социальному предпринимательству со стороны государственных и социальных структур только растет. Интенсивное развитие цифровых технологий ставит новые вызовы перед обществом. Потому для достойных ответов и требуются качественные образовательные продукты, обладающие гибкостью и адаптивностью к современным требованиям и социальным изменениям.

Литература

1. Мировые тренды образования в российском контексте / Институт образования ВШЭ — 2023. URL: https://ioe.hse.ru/edu_global_trends/.
2. Байденко В. И., Селезнева Н. А. Конкурентоспособные образовательные программы: к формированию концепции // Высшее образование в России. 2011. № 5. С. 24-39.
3. Клименко Т. К. Методологические подходы к проектированию образовательной программы магистратуры // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология. 2014. №1 (37). С. 56-60.
4. New Vision for Education Unlocking the Potential of Technology. World Economic Forum, 2015. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_NewVisionforEducation_Report2015.pdf.
5. Шаповалов В. К., Игропуло И. Ф., Арутюнян М. М. Образовательные программы социально-предпринимательской направленности: ана-

лиз современных образовательных практик в российских регионах // Современные наукоемкие технологии. 2020. № 11. С. 427-431.

6. Рожнева И. В. Обзор отечественных практик обучения в области социального предпринимательства // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2022. № 206. С. 184-196.

7. Диковицкая Д. В. Международный опыт обучения социальному предпринимательству // Актуальные проблемы бизнес-образования: XVIII Международная научно-практическая конференция (г. Минск, 25-26 апреля 2019 г.). Минск: Институт бизнеса БГУ, 2019. С. 43-48.

8. Логвинова И. Л. Обучение социальному предпринимательству: зарубежный опыт // Современная конкуренция. 2015. №5 (53). С. 84-106.

9. Благоев Ю. Е., Арай Ю. Н. Образовательные программы в области социального предпринимательства: мировой опыт и российские особенности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Менеджмент. 2014. №3. С. 177-197.

*Статья поступила в редакцию 22.11.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

© О. Ю. Коломийцева¹, Е. А. Коробова², 2023

^{1,2} Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

E-mail^{1,2}: olga.kolomiytseva@mail.ru

КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ УБЕЖДЕНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ BBC, THE TIMES, ASSOCIATED PRESS, THE GUARDIAN, THE INDEPENDENT)

Политические исследования, а именно в области средств массовой информации, позволяют не только понять сложные процессы развития современного общества, но и активно воздействовать на них, то есть служить инструментом практического преобразования общественной жизни. Настоящая статья посвящена исследованию коммуникативных стратегий убеждения в англоязычном политическом новостном дискурсе, которые используются журналистами для создания определенной картины мира, и как следствие – формируют общественное мнение.

Ключевые слова: стратегии убеждения, тактика убеждения, политический дискурс, новостной дискурс, средства массовой информации, новости.

Введение

Политическая жизнь мирового сообщества в последние годы становится более интенсивной. Это связано с демократизацией и глобализацией политических процессов. Одновременно с этим развитие информационных технологий, возрастающая роль средств массовой информации (далее – СМИ) в жизни общества, большая театрализация политической деятельности способствуют повышению внимания к политике и политическому дискурсу [1]. Особенностью данного дискурса является массовый характер адресата, и именно на массовую аудиторию ориентирована большая часть его жанров: инаугурационное обращение, радиообращение, доклады, указы, рекламная речь, выступление на митингах и т.д. [4].

СМИ стали основным инструментом для распространения сообщений, воздействующих на общественное сознание. Для этого журналисты используют определенные инструменты, воздействуя на общественную позицию, а именно – стратегии убеждения.

Цель данной работы — выявление стратегий убеждения в англоязычном новостном политическом дискурсе (объекте исследования), а также тактик, с помощью которых эти стратегии реализуются.

Для решения поставленной цели определены следующие задачи:

- проанализировать понятие и виды коммуникативных стратегий;

- рассмотреть способы реализации коммуникативной стратегии убеждения, используемые в англоязычном политическом дискурсе;

- выявить и классифицировать языковые единицы, используемые в рамках коммуникативной стратегии убеждения.

Предмет исследования — коммуникативные стратегии.

Материалом для настоящего исследования послужили новости американских и британских СМИ, а именно BBC, The Times, Associated Press, The Guardian и The Independent.

Результаты исследования

Согласимся с мнением О. С. Гарельской и Е. В. Сажинной о том, что основной целью политического дискурса является борьба за власть, привлечение и удержание поддержки масс [2], которая может быть выражена как напрямую, с помощью предвыборных речей, так и косвенно, например, через СМИ. С помощью последних можно создать необходимый образ кандидата или рассказать о том или ином событии с «нужной» точки зрения так, что массовый читатель не станет сомневаться и поверит в написанное, а также будет распространять информацию дальше. В этом и состоит одна из функций политического дискурса — убеждение. Помимо данной функции также выделяют информативную, аргументативную и персуазивно-функциональную, которую можно описать как создание убедительной картины лучшего устройства мира, что часто и делают средства массовой информации.

Также стоит отметить не менее важную контролирующую функцию. Причем контроль часто осуществляется в отношении сознания управляемых, их знаний, мнений, идеологии, а также личных или социальных репрезентаций [11]. Понимание особенностей менталитета, убеждений и ценностей людей помогает построить максимально эффективную стратегию для завоевания доверия массовой аудитории.

Политический новостной дискурс, как и любой другой тип дискурса, обладает рядом специфических признаков. К ним отно-

сятся вывод нового знания о той или иной политической ситуации или эмоциональность, оценочность, экспрессивность, клишированный характер средств выражения, убедительность и доказательность логических рассуждений, специфика тематической и экстралингвистической составляющих политического новостного дискурса и многое другое, что делает его действенным оружием политического воздействия. Основной целью политического новостного дискурса является событие, представленный в вербальной форме и обусловленный коммуникативными канонами политического общения посредством новостного издания. Достижение этой цели предопределяет решение конкретных задач, к которым относятся не только доказательство, аргументация и систематизация определенного информационного материала, но и задача воздействия на адресата. Данная задача сводится к попытке автора текста каким-либо образом оказать влияние на изменение взглядов реципиента на представленное событие, явление или ситуацию. Это достигается за счет создания максимально гибкой и информационно богатой структуры текста, которая, постепенно разворачиваясь перед реципиентом, влияет на его политико-идеологическую позицию и мировоззренческую концепцию в целом [3].

Политический дискурс существует не только обособленно. Он часто связан с другими дискурсами, которые являются каналами передачи текстов данной тематики. Политический новостной дискурс, о котором говорится в данной работе, реализуется с помощью средств массовой информации, в том числе через Интернет. Сам новостной дискурс предполагает активную позицию автора, то есть журналиста, инициирующего коммуникацию и являющегося отправителем информации. Именно автор задает тематику и тон коммуникации, а также решает, как именно преподнести информацию. Суть работы журналиста в данной ситуации состоит в том, чтобы с помощью своих текстов построить определенную модель мира в сознании реципиента. Именно с помощью коммуникативных стратегий убеждения реализуется эта задача.

Существует несколько определений данного явления. О. С. Иссерс описывает это как «процесс планирования речевого общения с учетом конкретных обстоятельств взаимодействия и личностей его участников, а также реализацию интенций» [5]. По О. Н. Паршиной, коммуникативная стратегия представляет собой «определенную нацеленность речевых действий в конкретной ситуации общения на достижение целей коммуникации» [8].

Стратегии реализуются с помощью различных тактик [4]. Стоит отметить, что тактика — это фактическое средство, используемое для достижения цели, в то время как стратегия — это общий план или же список целей.

С. Г. Кара-Мурза в своей работе [7] выделяет основные тактики, применяемые журналистами для изменения смысла слов, конструирования новой информации и манипулирования сознанием. Так, для создания более положительного образа журналисты используют эвфемизмы. При описании военных действий зачастую убираются слова, вызывающие отрицательные ассоциации: война, наступление, оружие по уничтожению живой силы. Вместо них вводятся более нейтральные единицы: конфликт, операция, устройство (antipersonnel device), из-за чего у читателя создается ложное впечатление о происходящем.

СМИ, в отличие от высокой культуры, предназначены именно для большого количества реципиентов, поэтому в них устанавливаются ограничения на сложность и оригинальность сообщений, то есть наблюдается тенденция к упрощению и стереотипизации. Помимо этого, журналисты прибегают к утверждениям и повторениям. Упрощение позволяет высказывать главную мысль, которую требуется внушить аудитории, в «краткой, энергичной и впечатляющей форме» — в форме утверждения. Зачастую в текстах СМИ встречается дробление информации. Разделение целостной проблемы на отдельные фрагменты помогает рассредоточить внимание читателя так, что ему становится сложнее осмыслить проблему и связать все воедино. Этот прием дает журналистам возможность продавить свою точку зрения и настроить читателя на восприятие только необходимой в данный момент информации. Обеспечивать фрагментацию проблем и дробить информацию так, чтобы человек никогда не получал полного, завершающего знания, позволяет использование сенсаций. Это сообщения о событиях, которым придается столь высокая важность и уникальность, что на них концентрируется и нужное время удерживается почти все внимание публики [7].

Лингвистические средства также воздействуют на бессознательное, способствуют возникновению эмоций и чувств. Изобразительно-выразительные средства языка делают речь богатой и выразительной, поэтому журналисты часто к ним прибегают. Некоторые из них могут скрывать негативные явления действительности, например: эвфемизмы, оксюмороны, другие — эпитеты, метафоры, олицетворения, сравнения — способствуют возникновению чувств и эмоций [9].

Однако более подробное рассмотрение процесса коммуникативного воздействия приводит к выводу о том, что универсальных коммуникативных стратегий нет. В связи с этим, выделяя на основе анализа отобранных выступлений реализованные в них стратегии убеждения (стратегия самопрезентации, дискредитации, призыва), следует отметить, что любая классификация не может заключать в себе полного перечня коммуникативных стратегий, даже если ограничивать область исследования, например, политическим дискурсом [6]. Стратегии убеждения — это диапазон вариантов, из которых оратор выбирает подходящую тактику или комбинацию тактик убеждения в данной ситуации. Очевидно, что люди не используют одну и ту же тактику в каждой ситуации, требующей риторического дискурса. Все выступающие имеют доступ к целому ряду коммуникативных стратегий, вербальных и невербальных, среди которых мы выбираем в ситуациях, когда необходимо убеждение [10].

Далее рассмотрим способы реализации стратегий убеждения подробнее (на примерах новостных статей из англоязычных СМИ). Стоит отметить, что спецификой новостных статей является их структура. Большая часть стратегий и тактик направлена на убеждение читателя с помощью ярких заголовков, поэтому рассмотрение их формулировок очень важно. Также функцией заголовка является привлечение внимания читателя и обозначение тематики, которая будет в основном тексте статьи, но в данной работе будут рассматриваться заголовки именно с точки зрения наличия в них тактик убеждения.

Начнем с того, что часто в заголовках и текстах новостных статей можно встретить недостоверную или неточную информацию. Это является частью манипулятивной стратегии, которая используется для того, чтобы создать видимость сенсации, запутать читателя и заставить его поверить в созданную автором картину мира. В эту стратегию входит несколько тактик: манипуляция с использованием итогов опросов и воздействие на эмоции реципиента.

Первой рассмотрим тактику с использованием итогов опросов на примере статьи с сайта британского интернет-издания The Independent: «Half of Britons say Truss should quit as she prepares for tough PMQs clash». В данном заголовке сообщается следующее: «половина британцев заявляет, что Трасс должна уйти в отставку». Половина населения страны — это большое число, то есть данный факт действительно является сенсацией. Однако в самом тексте (More than half of voters think Liz Truss should resign as Prime Minister and 80%

blame the Government for the rising cost of living, a new poll has found) уточняется, что так считает более половины опрошенных. В статье есть уточнение о том, что было опрошено 1000 взрослых британцев в период с 14 по 17 октября 2022 года. Таким образом, вынесенное в заголовок «половина британцев» не соответствует истине. Реальное число — чуть более пятисот человек, которые ответили так в опросе, длившемся 3 дня. С помощью заголовка была создана сенсация, которая не отражает реальной картины. Также стоит отметить, что не все люди читают статьи полностью, а лишь просматривают заголовки, что в данном случае может серьезно повлиять на представления о действительности.

Следующая тактика использует прием обращения к эмоциям адресата. Это происходит за счет создания искусственной сенсации, которая, как правило, имеет мало общего с реальностью, но при этом эмоционально задевает реципиента. Причем часто СМИ использует тему, важную именно для их страны. Так, BBC вероятнее использует актуальную для британского общества проблему, а NBC — для американского.

Для рассмотрения тактики подробнее возьмем отрывок из американского СМИ — NBC News под заголовком «‘A country on fire’: New poll finds America polarized over culture, race and ‘woke’».

В данный заголовок автором вынесена цитата «‘A country on fire’», которая дословно переводится как «страна в огне». Речь идет о результатах опроса, в ходе которых выяснилась полярность мнений американцев в вопросах культуры, расизма и других общественных тем. В сочетании с вынесенной в заголовок фразой может показаться, что опрос показал сенсационные результаты, которые отражают мнение жителей всей страны. Однако в самом тексте вырванная из контекста цитата выглядит так: «“The survey revealed a country on fire, seething with anger at our political leaders and too often at each other,” said Democratic pollster Jeff Horwitt of Hart Research, who conducted the poll along with GOP pollster Bill McInturff of Public Opinion Strategies». Перевод отрывка говорит о том, что на самом деле «страна в огне» от гнева на политических лидеров Америки, а также от злости людей друг на друга, что противоречит заявленной информации в заголовке. Как правило, такие приемы используются при обсуждении противоречивых и болезненных для общества тем: в данном случае говорится о проблеме расизма в США, которая актуальна и по сей день. Читатель, который интересуется данной темой и ощущает разрозненность общества на этой почве, обратит внимание на яркий заголовок и сделает выводы уже на данном этапе, что может быть

выгодно автору статьи, поскольку он может преследовать цель доказать наличие серьезных проблем в этой сфере.

Рассмотрим еще один пример — новостную статью BBC с заголовком «Tata Steel warns of uncertainty over future of UK business», в котором говорится о том, что одна из крупнейших сталелитейных компаний мира, Tata Steel, предупреждает о «неопределенности в отношении будущего британского бизнеса». Тема развития и работы промышленности актуальна для всех стран, поскольку от этого зависит уровень экономики, сохранение рабочих мест и общее благополучие граждан. Исходя из этого можно предположить, что новость, связанная с уходом крупной компании, может волновать граждан Великобритании. В самой новости также отмечается, что последствия экономического спада вызывают опасения. И в заголовке, и самом тексте новость представлена как исключительно негативная, однако далее в тексте было отмечено следующее: «However, Tata Steel UK said it expected trading to pick up later this year. In a statement, Tata Steel UK said that while it "starts the year at the bottom of the cycle with challenging market conditions given the difficult economic position in the UK and Europe, we ended 2022-23 with a positive cash balance and un-utilised financing facilities"». Данный отрывок имеет следующую трактовку: компания отмечает, что ожидаются позитивные изменения, а предыдущий год завершился «с положительным балансом денежных средств и неиспользованными финансовыми возможностями», то есть финансовые проблемы и возможный уход компании из страны является лишь предположением, а дальнейшие действия еще не известны. Таким образом, с помощью заголовка и выведения в начало новости необходимой риторики журналист пытается добиться создания негативного впечатления от сложившейся ситуации, сыграть на эмоциях реципиента и доказать, что эта ситуация должна вызывать исключительно беспокойство, что является манипуляцией.

Следующая стратегия — дискредитация образа. Цель этой стратегии — подорвать авторитет дискредитируемого объекта, опорочить его, заставить читателя усомниться в его возможностях. Для реализации этой стратегии используются такие тактики, как использование общественного мнения, а также тактика противопоставления.

Рассмотрим первую, в которой мнение людей используется для того, чтобы аргументировать свое мнение и направить суждения читателя в нужное русло. Иллюстрацией этого могут послужить следующие примеры из новостной статьи NBC News, в которой идет

речь о беспокойстве действующего президента США Джо Байдена на тему своего возраста и мнении граждан на этот счет:

«“Biden is too old,” a woman in her 60s told NBC News pollsters in a survey released earlier this month, ahead of his announcement Tuesday making his 2024 campaign official.

“Too old,” said a man in his 70s.

“He’ll be 86 by the time it’s over,” said a woman in her 50s, noting the age Biden would be if he wins re-election and serves out a second term».

Вышеизложенные примеры представляют собой утверждение о том, что некоторые граждане США считают действующего президента их страны слишком старым для еще одного срока на этом посту. Для подтверждения данной информации приводятся цитаты людей с подобным мнением, при этом ни их имя, ни род деятельности не указывается. Указан лишь возраст, поскольку это важно для контекста новости, но в нашем случае это не играет большой роли, поскольку не известно, сказал ли так кто-то на самом деле. Здесь можно лишь верить автору СМИ на слово. Тем не менее представленная для примера статья создает впечатление того, что массовая аудитория считает Джо Байдена неподходящей кандидатурой для еще одного срока на посту президента из-за его старости. Использование мнений людей хорошо работает в политическом дискурсе, так как «доказывает» читателю, что мнение журналиста не ошибочно и так думают многие.

В качестве еще одной тактики стратегии дискредитации рассмотрим использование противопоставления.

В заголовке статьи The Guardian «Rishi Sunak is the best choice the Tories could have made — but Labour can still beat him» говорится о том, что новый премьер-министр Великобритании Риши Сунак — «лучший выбор», который могли сделать представители партии тори, но представители лейбористской партии все еще способны опередить его. Стоит отметить, что эта статья вышла спустя 3 дня после избрания Риши Сунака на пост премьер-министра, однако в заголовке сказано, что представители другой партии все еще имеют возможность занять эту должность. В данном случае можно задуматься о наличии недостоверной информации в заголовке, но на самом деле речь может идти о возможной смене представителя данной должности в скором времени, которым может стать один из лейбористов. Это можно понять из следующих контекстов данной статьи: «‘Had Johnson or Mordaunt taken over, there’s every chance

they'd have made things worse — before handing the mop to an incoming Labour government'. 'That suggests not only that Britons are capable of inflicting delayed punishment on a government for an economic calamity that took place several years earlier, but that they tend to feel readier to turn to Labour when there is relative calm'. 'By now Labour should be confident enough to think beyond merely reaching the summit — looking instead to the scale of the task they will face when they get there'». Все предположения, описанные в тексте, говорят о том, что читателю стоит задуматься о возможной смене премьер-министра, а использование противопоставления усиливает это впечатление. Так, с одной стороны, автор СМИ одобряет кандидатуру Риши Сунака, но при этом заставляет читателя сомневаться в сроке его полномочий, поскольку в подобных фразах с противопоставлением акцент ставится на вторую часть.

Еще одним примером данной тактики служит статья в The Guardian с заголовком «Lula's presidential victory in Brazil is sweet, but will he be able to govern?», в которой говорится о выборах президента Бразилии, проходивших в 2022 году, где победу с минимальным отрывом одержал Лула да Силва. В заголовке мы можем видеть наличие союза *but*, который создает противопоставление. С одной стороны, автор говорит о победе да Силвы, а с другой стороны, заявляет о сомнении в его возможностях: «сможет ли он руководить?». В самой статье сказано следующее: «This victory — Lula's third — is perhaps even more gratifying because the former trade union leader has come back from imprisonment, defied his political enemies and condemned his nemesis, Jair Bolsonaro, to defeat». Если перевести текст, то журналист пишет о том, что эта победа особенно приятна, поскольку да Силва «вернулся из заключения, бросил вызов своим политическим соперникам и обрек своего заклятого врага Жаира Болсонару на поражение». С одной стороны, автор СМИ отмечает положительные аспекты этой предвыборной гонки, в которой да Силва обошел своих оппонентов, а с другой стороны, в этом же предложении сообщает читателям о том, что президент «вышел на свободу», напоминая или рассказывая незнающим о коррупционном скандале, связанным с Лулой. Таким образом, автор пытается дискредитировать образ президента, скрывая это в положительном отзыве об объекте, как бы противопоставляя это. Также в статье можно встретить следующее предложение: «Lula scraped a victory in the bellwether state of Minas Gerais, but owed his national success to the landslide achieved in the 10 relatively poor north-eastern states». В нем

журналист отмечает, что Лула, хоть и лидировал во втором по населению штате Минас-Жерайс, но все же одержал победу за счет огромного перевеса по голосам в 10 относительно бедных северо-восточных штатах. Так автор СМИ пытается противопоставить эти факты друг другу и доказать, что победу да Силвы нельзя считать однозначной, поскольку сильнее его поддерживали бедные штаты, что представляется как плохое явление.

Последняя коммуникативная стратегия убеждения, которую мы выделим, — аргументативная. Ее смысл заключается в том, чтобы использовать мнения людей, простых граждан или экспертов, в качестве доказательства правоты журналиста. Для этой стратегии используется тактика использования общественного мнения, которая также используется в стратегии дискредитации, как уже было отмечено ранее, а также тактика обращения к авторитетному мнению.

Пример использования первой тактики можно встретить в статье BBC News, который также писал о выборах в Бразилии, результатам которых, по его мнению, верить не стоит. В подтверждение своих слов он привел мнение гражданки Бразилии, которую, возможно, опросил лично: «"I don't believe in the polls," says Janaina Devaney, a party shop owner in one of Sao Paulo's smarter neighbourhoods. ... "The streets say the exact opposite of the polls," she says». В данном примере указаны имя и род деятельности женщины, но и в данном случае мы не можем с уверенностью сказать, являются ли слова правдой, как и проверить существование этого человека. Маловероятно, что рядовой читатель новостного издания будет проверять правдивость каждого высказывания, особенно если приведены слова простого жителя отдаленной от него страны. Скорее, можно рассчитывать на то, что реципиент станет больше доверять написанному, поскольку слова автора подтверждаются общественным мнением.

Вторая тактика — обращения к авторитетному мнению. В отличие от первой тактики, где автор СМИ подтверждал свои мысли мнением простых граждан, здесь журналист приводит слова экспертов.

Рассмотрим примеры из статьи Associated Press, в которой речь шла о реакции государств – членов Содружества нации на коронацию Карла III: «Experts say that despite its flaws, historical baggage and fraying edges, the Commonwealth still holds appeal, especially for poorer nations». В данном отрывке говорится, что несмотря на недостатки Содружество наций все еще привлекательно для бед-

ных стран. Очевидно, что речь идет о бывших колониях Великобритании. Данные слова приведены не в кавычках, поскольку не являются прямой цитатой. Автор представляет это как мнение экспертов, но кто они — узнать невозможно. Подобный прием удобен для журналиста, поскольку он может использовать его для продвижения своего мнения, особенно если автор текста недобросовестен и имеет четкую цель донести нужную ему точку зрения даже путем искажения реальной ситуации. В следующем отрывке из этой же статьи (“Countries, whether they benefit or not, feel like they need to have this closeness to Britain as an economic entity,” said Kehinde Andrews, a professor of Black Studies at Birmingham City University) говорится о том, что страны чувствуют необходимость приближения к Британии, не важно, идет им это на пользу или нет. Данное мнение выразил Кехинде Эндрюс — профессор в области изучения проблем чернокожих из Бирмингемского городского университета. Здесь, в отличие от предыдущего примера, названы имя, должность и место работы эксперта. Однако мнение, которое он выразил, довольно однозначное и резкое, особенно учитывая, что сам профессор — из Великобритании. Факт использования журналистом именно этого мнения говорит о том, что он с ним согласен. Таким образом, автор СМИ может продвигать необходимую ему риторику, причем обращаться возможно к любому эксперту, чье мнение использовать выгодно и удобно.

Заключение

В результате проведенного исследования выявлены три коммуникативных стратегии убеждения в англоязычном новостном политическом дискурсе: манипулятивная, дискредитации и аргументативная. В рамках каждой стратегии было выделено несколько тактик, и на примере новостных статей из англоязычных СМИ были описаны реальные примеры.

Первой была выявлена манипулятивная стратегия, которая реализуется через тактику манипуляции с результатами опросов, а также через воздействие на эмоции читателя. Все это позволяет автору СМИ создать видимость сенсации, запутать читателя и заставить его поверить в созданную журналистом картину мира.

Следующая стратегия — дискредитация образа. Цель этой стратегии — подорвать авторитет дискредитируемого объекта, опорочить его, заставить читателя усомниться в его возможностях. Для реализации этой стратегии используются такие тактики, как использование общественного мнения, в которых мнение людей ис-

пользуется для того, чтобы аргументировать свое мнение и направить суждения читателя в нужное русло, а также тактика противопоставления.

Последняя рассмотренная нами коммуникативная стратегия убеждения — аргументативная. Ее смысл заключается в том, чтобы использовать мнения людей, простых граждан или экспертов, в качестве доказательства правоты журналиста. Для этой стратегии используется тактика использования общественного мнения, которая также используется в стратегии дискредитации, как уже было отмечено ранее, а также тактика обращения к авторитетному мнению.

Все выделенные стратегии и тактики избираются авторами СМИ исходя из поставленных целей. Так, наиболее частотными можно назвать манипулятивную стратегию, а именно манипуляцию с результатами опросов, а также тактику обращения к общественному и авторитетному мнениям.

Необходимо отметить, что несколько стратегий и тактик могут использоваться вместе и для разных целей, чтобы необходимый эффект достигался быстрее.

Литература

1. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации: монография. Москва: Флинта, Наука, 2008. 248 с.
2. Гарельская О. С., Сажина Е. В. Стратегия убеждения в политическом дискурсе // Евразийский научный журнал. 2019. № 12. С. 108-110.
3. Грушевская Е. С. Газетный текст как доминант политического газетного дискурса // Научный журнал КубГАУ. 2016. № 119 (05). С. 1. URL: <http://ej.kubagro.ru/2016/05/pdf/58.pdf>.
4. Дубских А. И. Коммуникативные стратегии политического дискурса обращения Бориса Джонсона // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2021. № 4. С. 15-26.
5. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. Москва: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
6. Калинин К. Е. Коммуникативные стратегии убеждения в англоязычном политическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук / К. Е. Калинин. Нижний Новгород, 2009. 187 с.
7. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Москва: Эксмо, 2000. 864 с.
8. Паршина О. Н. Российская политическая речь: теория и практика. 2-е изд., испр. и доп. Москва: URSS, 2007. 227 с.
9. Яценко Е. Ф. Структура методов воздействия журналистов на сознание людей, используемых на страницах периодических изданий

// Вестник Южноуральского государственного университета. 2013.Т. 10. № 1. С. 44-49.

10. Prafitri W., Nasir M. Persuasive Strategies in Donald Trump's Political Speeches. URL: https://www.researchgate.net/publication/367379037_Persuasive_Strategies_in_Donald_Trump%27s_Political_Speeches.

11. Van Dijk Teun A. Discourse and Power // Macmillan Education. UK, 2008. 308 p.

*Статья поступила в редакцию 13.11.23 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*

SUMMARIES

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS

MODERNIZATION OF MANAGEMENT: READINESS OF PROFESSIONAL COMMUNITIES FOR ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGY ACCEPTANCE IN PHARMACEUTICAL INDUSTRY

L. V. ORLOVA, Y. V. PERVOVA, I. E. SHAFRANSKIY

The article analyzes the prospects for using artificial intelligence (AI) technologies in the pharmaceutical industry in detail. The authors have presented the results of a sociological study, showing a high level of support for the idea of introducing AI into the pharmaceutical industry among those surveyed. The article deals with the specific areas where AI can bring the greatest benefit: accelerating the development of new drugs, optimizing production, quality control. It is concluded that AI technologies have great potential for modernizing and increasing the efficiency of the pharmaceutical industry. The authors have offered recommendations for further management of the development of artificial intelligence in the pharmaceutical industry.

Keywords: neural networks, artificial intelligence, integration, pharmacy, digitalization.

SOCIAL PROCESS MANAGEMENT: ESG AND DBT

V. V. GERASIMOV, K. V. GERASIMOVA, E. O. GERASIMOVA

A dynamically changing environment and a high level of competition are the realities of modern business, where companies are constantly faced with new challenges and difficulties. The article presents an analysis of the possibility of comprehensive implementation (application) of digitalization and ESG principles in Russian companies from the perspective of managing social processes. The authors have analyzed the advantages of implementing both strategies, they have identified common points between them and prospects for joint use.

Keywords: digital business transformation, ESG transformation, sustainable development, digitalization, digital technologies, social processes.

ON THE ISSUE OF ENVIRONMENTAL SAFETY IN MILITARY CONFLICTS: SOCIOLOGICAL AND MANAGERIAL ASPECTS

N. N. MELNIKOV

The article presents an analysis of the sociological and managerial aspects of environmental safety in military conflicts. The author has revealed the content of the term “ecological safety”. The article has outlined the environmental consequences of three military conflicts that occurred after the end of World War II. The author has proposed the management methods to reduce the negative environmental consequences of armed conflicts. The results obtained during the analysis can be used both by teachers in the field of “sociology of management” and by practicing analysts.

Keywords: environmental safety, military conflict, management aspects, sustainable development.

SOCIAL AND ECONOMIC CHANGES IN THE CONDITIONS OF POLITICAL CRISES AND CONFLICTS

V. V. GERASIMOV, A. A. KOROLEV, E. O. GERASIMOVA

The article examines the trends of global financial systems against the backdrop of global geopolitical changes and changes against this background: the dynamics of volatility of leading stock indices, the state of the Russian economy and the collective West in the context of political crises. The authors have revealed the role of Turkey, one of the countries of the North Atlantic Alliance, in local conflicts in the Middle East and the instability of its financial system. As a result it may be concluded that global social changes have affected all spheres of public life in the conditions of economic and political confrontation between the Russian Federation and the countries of the North Atlantic Alliance and the European Union.

Keywords: financial system, stock index, Ukrainian crisis, Karabakh conflict, conflict in the Gaza Strip, North Atlantic Alliance, European Union, Turkey, USA, Russia.

CHARACTERISTICS OF RUSSIAN MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF KLUCKHOHN AND STRODTBECK'S MODEL

O. A. GORBUNOVA, V. E. PAVLOVICH

This article is devoted to the study of Russian management from the point of view of the sociology of management. The development of modern management

is impossible without the use of the cultural factor. In the work, the authors have made the assessment of Russian management system according to the cultural parameters identified by Kluckhohn and Strodtbeck, taking into account the classification of enterprises proposed by the authors.

Keywords: culture, competitiveness, Kluckhohn-Strodtbeck model, comparative management.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO EVALUATING THE PERFORMANCE OF EMPLOYEES OF A PUBLIC ORGANIZATION

T. P. KARPOVA, V. A. YUDIN

The authors have revealed that the methods used for personnel assessment have a breadth and multidirectional procedure for assessing a specialist based on an analysis of methodological approaches to personnel assessment of commercial and non-profit organizations in Russia. The authors have discovered the absence of a universal method for assessing specialists and volunteers of public organizations. The result of the work is the development of a method for assessing personnel of a public organization based on assessment center technology.

Keywords: personnel assessment, assessment methods, public non-profit organizations, management, personnel.

SOCIOLOGY

MANAGEMENT RELATIONS IN INDUSTRY 4.0

M. A. KOLMYKOVA, N. A. CHETVERIKOVA

The article focuses on managerial relations. The authors consider management relations in a new digital reality, since modern society has long been firmly in the era of global changes – the global emergence of Industry 4.0. The article shows that managerial relations in social management are always an interaction, as a result of which social capital is formed. In Industry 4.0, the importance of trust as a structural unit of social capital does not decrease, but the approach to research changes. Now the methodology for studying management relations in the context of the sociotechnical approach is complemented by actor-network theory.

Keywords: social capital, management relations, social management, social interaction, Industry 4.0, innovation, social resource, digitalization, trust.

THE PLACE OF MILITARY RITUALS AND TRADITIONS IN THE MANAGEMENT OF MILITARY ACTIVITIES

D. N. POGREBNOY, A. V. SALNIKOV

The article is devoted to a theoretical analysis of aspects of the emergence and development of military rituals and traditions, their influence on members of the military collective. The authors have determined the historical value and significance of rituals in the management of military groups, their integration and influence on civil society. The article deals with the possibilities and degree of influence of rituals.

Keywords: military rituals, military traditions, military activities, behavior patterns, team management.

DEVELOPMENT OF THE INSTITUTE OF HIGHER EDUCATION: MASTER'S EDUCATIONAL PROGRAM IN DIGITAL SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

M. O. SKIVKO, A. O. ZUBOVA

Social entrepreneurship creates a new type of relationship between business, society and the state. Modern challenges dictate the need to conduct business in a more technologically advanced way using digital technologies. The question arises about educational products that form the necessary competencies for conducting digital social entrepreneurship. Firstly, this article reveals the need for changes in the higher education system in relation to various social, economic and environmental demands, as well as in the conditions of competition of educational products. Secondly, the article describes the results of a study of domestic educational programs at the master's level on the topic of social entrepreneurship. Thirdly, it presents the results of a study of foreign educational programs at the master's level on the topic of social entrepreneurship. A special emphasis is placed on those programs in domestic and foreign practices where digital technologies are already used or where digital skills are taught for running a digital business. Finally, the authors made conclusions about what competencies and features of educational content may be relevant for the master's program being developed on the topic of digital social entrepreneurship.

Keywords: educational program, master's program, social entrepreneurship, digital social entrepreneurship, universal competencies, digital solutions, interdisciplinarity, entrepreneurial competencies.

**A COMMUNICATIVE STRATEGY OF PERSUASION IN ENGLISH-LANGUAGE
POLITICAL NEWS DISCOURSE (BASED ON BBC, THE TIMES,
ASSOCIATED PRESS, THE GUARDIAN, THE INDEPENDENT)**

O. Y. KOLOMIYTSEVA, E. A. KOROBOVA

The work studies the communicative strategies of persuasion in the English-language political news discourse, which are used by journalists to create a certain picture of the world. Strategies and tactics have the ability to influence the recipient's perception of this or that information of a political nature and form public opinion.

Keywords: persuasive strategies, persuasion tactics, political discourse, news discourse, mass media, news.

АВТОРЫ СТАТЕЙ

Герасимов Вячеслав Васильевич	старший преподаватель кафедры «Прикладная информатика» Поволжского государственного университета телекоммуникаций и информатики, г. Самара, Россия E-mail: v.gerasimov@psuti.ru
Герасимова Екатерина Олеговна	лаборант кафедры «Прикладная информатика» Поволжского государственного университета телекоммуникаций и информатики, г. Самара, Россия E-mail: e.o.gerasimova@mail.ru
Герасимова Кристина Васильевна	лаборант кафедры «Прикладная информатика» Поволжского государственного университета телекоммуникаций и информатики, г. Самара, Россия E-mail: slavon131@mail.ru
Горбунова Оксана Александровна	кандидат экономических наук, доцент, и.о. заведующего кафедрой «Национальная и мировая экономика» Самарского государственного технического университета, Россия E-mail: genuka76@mail.ru
Зубова Алевтина Олеговна	кандидат юридических наук, доцент кафедры «Конституционное и административное право» Самарского государственного университета государственного управления «Международный институт рынка»; доцент кафедры «Социальные системы и право» Самарского национального исследовательского университета им. С. П. Королева, Россия E-mail: zubovaalya@mail.ru
Карпова Татьяна Петровна	кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент и цифровой маркетинг» Самарского государственного университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: tpkarpova@mail.ru
Колмыкова Марина Александровна	кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры «Теория и история социологии» Российского государственного гуманитарного университета, г. Москва, Россия E-mail: mari_kol@mail.ru

Коломийцева Ольга Юрьевна	кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Германские языки» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: olga.kolomiytseva@mail.ru
Коробова Елизавета Александровна	лаборант кафедры «Германские языки» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка», Россия E-mail: olga.kolomiytseva@mail.ru
Королев Андрей Андреевич	заведующий лабораторией кафедры «Прикладная информатика» Поволжского государственного университета телекоммуникаций и информатики, г. Самара, Россия E-mail: korolevandreja@yandex.ru
Мельников Николай Николаевич	кандидат социологических наук, доцент кафедры «Философии и социальных дисциплин» Санкт-Петербургского государственного лесотехнического университета им. С. М. Кирова, Россия E-mail: newrolog@list.ru
Орлова Людмила Викторовна	доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Гуманитарные и социально-экономические дисциплины» Московского государственного университета технологий и управления им. К. Г. Разумовского (ПКУ), Россия E-mail: orlovalv313@mail.ru
Павлович Виталий Евгеньевич	кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и кадастр» Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка»; доцент кафедры «Автоматика, телемеханика и связь на железнодорожном транспорте» Самарского государственного университета путей сообщения, Россия E-mail: vit-pavlovch@yandex.ru
Первова Юлия Валерьевна	доктор медицинских наук, доцент, заведующий кафедрой «Экономика и управление организацией» Самарского государственного технического университета, Россия E-mail: sno1911@mail.ru

Погребной Дмитрий Николаевич	кандидат социологических наук, старший помощник начальника отдела организации научной работы и подготовки научно-педагогических кадров Военного университета им. князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации, г. Москва, Россия E-mail: d.pogrebnoi@list.ru
Сальников Алексей Викторович	кандидат социологических наук, преподаватель Военного учебного центра Московского авиационного института (национального исследовательского университета), Россия E-mail: alexeysalnikov21539@mail.ru
Скирко Мария Олеговна	PhD (кандидат наук), доцент кафедры «Социальные системы и право» Самарского национального исследовательского университета им. С. П. Королева, Россия E-mail: maria.skivko@gmail.com
Четверикова Надежда Анатольевна	кандидат социологических наук, доцент кафедры «Управление персоналом, сервис и туризм» Оренбургского государственного университета, Россия E-mail: nadinka.81@mail.ru
Шафранский Игорь Евгеньевич	кандидат медицинских наук, доцент, директор Высшей школы менеджмента и технологий Самарского государственного технического университета, Россия E-mail: ishafran77@mail.ru
Юдин Виталий Александрович	специалист Аппарата Общественной палаты Самарской области ГКУ СО «Дом дружбы народов», г. Самара, Россия E-mail: vudin018@gmail.com

THE AUTHORS OF THE ARTICLES

Gerasimov Vyacheslav Vasilyevich	Senior Lecturer Applied Informatics Department of Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics, Samara, Russia E-mail: v.gerasimov@psuti.ru
Gerasimova Ekaterina Olegovna	Laboratory Assistant Applied Informatics Department of Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics, Samara, Russia E-mail: e.o.gerasimova@mail.ru
Gerasimova Kristina Vasilyevna	Laboratory Assistant Applied Informatics Department of Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics, Samara, Russia E-mail: slavon131@mail.ru
Gorbunova Oksana Aleksandrovna	Candidate (PhD) of Economic Sciences, docent, acting Head of National and Global Economics Chair of Samara State Technical University, Russia E-mail: genuka76@mail.ru
Zubova Alevtina Olegovna	Candidate (PhD) of Legal Sciences, docent of Constitutional and Administration Law Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute"; Docent of Social Systems and Law Department of Samara National Research University named after S. P. Korolev, Russia E-mail: zubovaalya@mail.ru
Karpova Tatyana Petrovna	Candidate (PhD) of Sociological Sciences, docent of Management and digital marketing Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: tpkarpova@mail.ru
Kolmykova Marina Alexandrovna	Candidate (PhD) of Sociological Sciences, docent, docent of Theory and History of Sociology Department of Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia E-mail: mari_kol@mail.ru

Kolomiytseva Olga Yuryevna	Candidate (PhD) of Philological Sciences, docent, docent of German Languages Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: olga.kolomiytseva@mail.ru
Korobova Elizaveta Aleksandrovna	Laboratory Assistant of German Languages Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute", Russia E-mail: olga.kolomiytseva@mail.ru
Korolev Andrey Andreyevich	Chief of Laboratory of Applied Informatics Department of Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics, Samara, Russia E-mail: korolevandreja@yandex.ru
Melnikov Nikolay Nikolaevich	Candidate (PhD) of Sociological Sciences, docent of Philosophy and Social Subjects Department of St. Petersburg State Forestry University named after S. M. Kirov, Russia E-mail: newrolog@list.ru
Orlova Luydmila Viktorovna	Doctor of Sociological Sciences, docent, professor of Humanitarian and Socioeconomic Disciplines Department of Moscow State university of Technology and Management named after K. G. Razumovskiy, Russia E-mail: orlovalv313@mail.ru
Pavlovich Vitaliy Evgenyevich	Candidate (PhD) of Technical Sciences, docent, docent of Economics and Cadastre Department of Samara University of Public Administration "International Market Institute"; Docent of Automation, Telemechanics and Communications Department of Samara State Transport University, Russia E-mail: vit-pavlovch@ yandex.ru
Pervova Yulia Valeryevna	Doctor of Medical Sciences, docent, head of Economics and Organization Administration Department of Samara State Technical University, Russia E-mail: sno1911@mail.ru

**Pogrebnoy
Dmitriy
Nikolayevich**

Candidate (PhD) of Sociological Sciences, Senior Assistant to the Head of the Department for the Organization of Scientific Work and Training of Academic staff of The Prince Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia

E-mail: d.pogrebnoi@list.ru

**Salnikov
Aleksy
Viktorovich**

Candidate (PhD) of Sociological Sciences, Lecturer of Military Training Center of Moscow Aviation Institute (National Research University), Russia

E-mail: alexeysalnikov21539@mail.ru

**Skivko
Maria
Olegovna**

PhD, docent of Social Systems and Law Department of Samara National Research University named after S. P. Korolev, Russia

E-mail: maria.skivko@gmail.com

**Chetverikova
Nadezhda
Anatolyevna**

Candidate (PhD) of Sociological Sciences, docent of Personnel Management, Service and Tourism Department of Orenburg State University, Russia

E-mail: nadinka.81@mail.ru

**Shafranskiy
Igor
Evgenyevich**

Candidate (PhD) of Medical Sciences, docent, Director for Graduate School of Management and Technology of Samara State Technical University, Russia

E-mail: ishafran77@mail.ru

**Yudin
Vitaliy
Aleksandrovich**

Specialist of Civic Chamber Assembly of Samara Oblast State Public Institution «International Friendship Center», Samara, Russia

E-mail: vudin018@gmail.com

Заметки

Заметки

П Р А В И Л А оформления статей

Поля: верхнее и нижнее — **1,5** см, левое и правое — **2,25** см.

Абзацный отступ — **1,25** см.

Межстрочный интервал — одинарный.

Размеры шрифта (Cambria):

— для основного текста статьи — **15** пт;

— для таблиц, иллюстраций, надтабличных надписей, подрисунков подписей и пристатейного библиографического списка — **14** пт;

— для постраничных сносок — **13** пт.

Аннотация: должна излагать основное содержание статьи и состоять из 3-4 предложений.

Ключевые слова: приводятся в количестве 4-7 слов (или словосочетаний), наиболее емко передающих смысл статьи.

УДК статьи: авторы определяют самостоятельно.

Текст статьи: должен иметь четкую структуру (отражать актуальность проблемы, цель и задачи исследования, объект и предмет исследования, методы (методика, условия) исследования, место и время проведения исследования, результаты исследования и их обсуждение, заключение или выводы).

Авторы обязаны предъявлять повышенные требования к стилю изложения и языку статьи.

Ссылки на источники, использованные в работе, приводятся в тексте статьи в квадратных скобках.

Научное издание

ВЕСТНИК
САМАРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ

№ 4 / 2023

Экспертный совет:

В. М. Рамзаев, д-р экон. наук (председатель);
И. Н. Хаймович, д-р техн. наук (заместитель председателя);
Д. В. Березовский, канд. юрид. наук; В. А. Зимин, канд. экон. наук, д-р полит. наук;
М. М. Васильев, канд. экон. наук; О. А. Горбунова, канд. экон. наук;
Т. П. Карпова, канд. социол. наук; С. И. Нестерова, канд. экон. наук;
Е. С. Поротькин, канд. экон. наук; В. Г. Чумак, д-р социол. наук.

Рег. номер в реестре зарегистрированных
СМИ Федеральной службой по надзору
в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
ПИ № ФС 77-80219 от 22.01.2021

Ответственный редактор и координатор,
компьютерная верстка
И. Ю. Кузьмина
Корректор
И. Н. Петрова
Английский перевод
Р. С. Сошниковой

Подписано в печать 25.12.2023.
Дата выхода в свет 29.12.2023.
Бумага офсетная. Печать оперативная.
Объем 7,5 п.л. Формат 60х90/16.
Заказ № 0121. Тираж 500 экз.
Цена свободная.
Адрес редакции и издательства:
443030, Самарская область, г. Самара,
ул. Г. С. Аксакова, 21
<http://www.imi-samara.ru/vestnik-smiu>;
e-mail: editor-sagmu@yandex.ru

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии ООО «Прайм»
443079, Самарская область, г. Самара,
Байкальский пер., д. 12
<http://prime163.ru>;
e-mail: prime.163@mail.ru