

УДК 330.342.24

МИХАЙЛОВ В.С., студент гр. ПЭМ-231 (КузГТУ)
Научный руководитель **ЖЕРНОВ Е.Е.**, к.э.н., доцент,
заведующий кафедрой экономики (КузГТУ)
г. Кемерово

ВЫБОР МИССИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛА БИЗНЕС-МИРА: ВЫЙТИ ИЗ S-МАТРИЦЫ ИЛИ ОСТАТЬСЯ

Актуальность темы исследования определяется сложностью понимания и непредсказуемостью для человека событий, происходящих в окружающем деловом мире под воздействием научно-технологического прогресса, и необходимостью их интерпретации интеллектуалами. Исследователи бизнес-миров дают им звучные названия (VUCA, BANI и другие) и яркие характеристики [1] существующих там серьезных проблем, трактуя их, как правило, в апокалиптическом ключе. Однако, как показывает исторический опыт («штампующее устройство» – термин Ю.М. Лотмана), человечество вполне способно к ним адаптироваться.

Наше внимание привлекло исследование М. Розина и М. Балакшина. Авторы опросили «менеджеров, склонных думать и нацеленных на развитие: опросник распространялся среди выпускников бизнес-школ и подписчиков телеграм-каналов про менеджмент» [2]. Это позволяет, на наш взгляд, считать их интеллектуалами бизнеса. По мнению М. Розина: «1. Мир изменился – мы оказались в SHIVA-мире. 2. В SHIVA-мире нужны новые осознанные стратегии. Их нужно выбирать с опорой на S-матрицу (рис. 1)» [3]. Матричный метод позволил автору определить исследовательский формат для идеи жизни в SHIVA-мире, представить минимально необходимое разнообразие стратегий поведения интеллектуала-бизнесмена в нем и всесторонне их изучить. «Понятие матрицы является устоявшимся инструментом социогуманитарных исследований» [4]. Так, например, В.С. Степин ввел в научный оборот понятие «смысловая матрица культуры». Под ним ученый понимает «относительно устойчивые смыслы категорий, которые образуют некоторую весьма общую смысловую матрицу, лежащую в основании того или иного типа культуры» [5]. Такая матрица служит базой формирования конкретно-исторического общественного мировоззрения, важного и для делового мира.

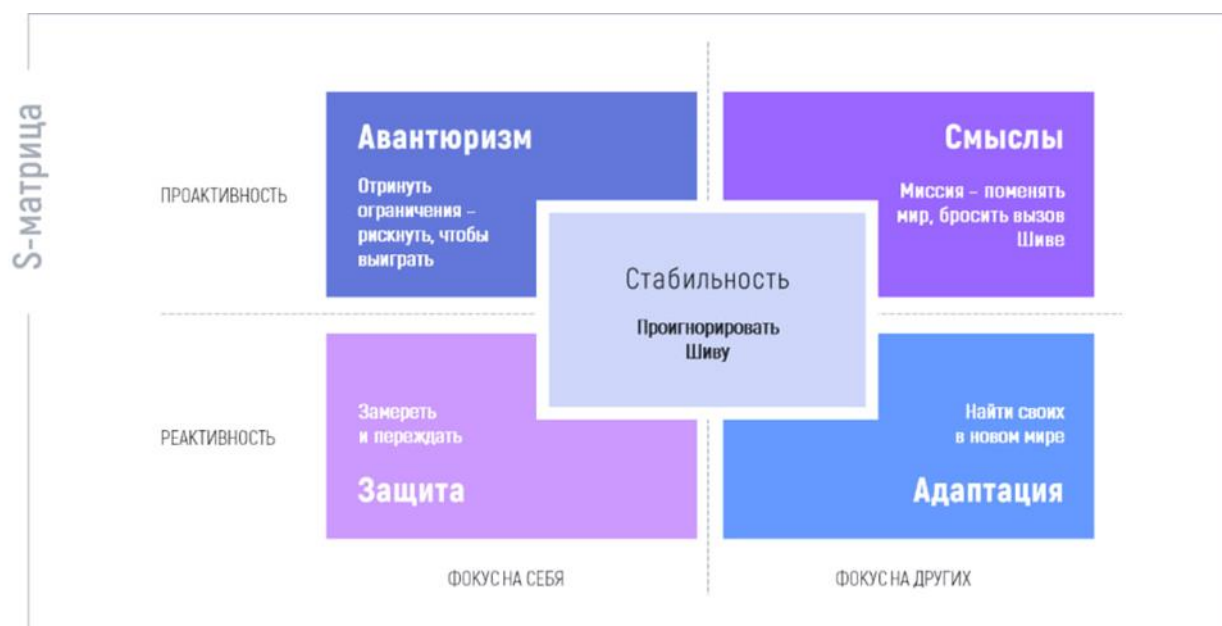


Рисунок 1. S-матрица [3]

Прежние характеристики бизнес-мира, обозначенные словами Volatile и Britle (нестабильный и хрупкий), сменились, по мнению М. Розина, на Split (расщеплённый). Человечество разделилось на коллективный Запад, глобальный Юг и Восток с обострением противоречий между ними. Из Anxious (тревожный) мир стал Horrible (ужасный). Люди могут находиться на разных сторонах конфликта, но всем ясно, что нынешние события покинули рамки человечности, нарушив казавшиеся недавно незыблемыми этические нормы. Хотя справедливости ради, следует заметить, что бизнес-мир никогда не был романтическим, а скорее, всегда был циничным. Теперь же он стал Inconceivable (невообразимый) и Vicious (жестокий).

Таким образом, в результате качественного анализа автор получил набор характеристик нового времени: Split, Horrible, Inconceivable и Vicious – SHIV. Образовавшийся разлом – окно чрезвычайных событий (например, последние геополитические события) – знаменует собой завершение одной эпохи и наличие предпосылок для новой. И тогда правильно будет говорить о возрождении (Arising). С ним аббревиатура обретает законченность: SHIVA [3]. В индуизме Шива, как известно, бог разрушения. Разрушая «суть бытия», он освобождает жизненное пространство для нового творения, или, выражаясь компьютерным языком, для начала перезагрузки.

Важно, что в своей программной статье М. Розин формулирует миссию в смысловом поле S-матрицы, сфокусированном на других людях, а не на себе (рис. 1). Как видно из рисунка, миссия проактивного бизнесмена состоит в том, чтобы поменять мир гуманным образом: остановить зло, спасти людей, поддерживать социальные проекты и т.д. Но как это сделать, оставаясь в матрице, если это матрица личных стратегий жизни? Автор выдвинул оригинальный антропно-ценностный тезис: «во времена SHIVA стратегия бизнеса становится делом личным. <...> Уменьшается возможность

рационально подходить к развитию бизнеса (прежде всего аналитически) и предельно возрастает роль личностного и ценностного факторов. Бизнес-стратегии становятся личными <...> Если собственник – миссионер (стратегия Смыслы), компания пойдёт в социальный бизнес, возможно, жертвуя прибылью; наверное, такой подход можно назвать своего рода «ценностным визионерством» [3]. Стратегия Смыслы предполагает поставить во главе бизнеса социальную миссию, а значит «делать бизнес, меняющий мир» положительным путем, привлекая к проектированию будущего визионеров [6].

Автор, по сути, отождествляет миссию с миссионерством, хотя первое понятие шире второго, «поскольку миссия подразумевает цель и задачи, стоящие перед той или иной организацией, в то время как миссионерство является видом внекультовой религиозной деятельности, ведущей к достижению этой цели» [7]. Вместе с тем автор допускает возможность «проскользнуть между множеством рук Шивы, не заметив их». Он называет эту стратегию Стабильность (игнорирование Шивы) и помещает её на схему отдельно в качестве третьего измерения [3], показывая тем самым возможный выход из S-матрицы в реальный мир.

Опрос показал, что стратегию Смыслов выбрали 18% респондентов, среди них больше женщин и мужчин в возрасте. Стратегию Стабильность выбрали 24 % опрошенных. В профессиональном плане среди этих двух групп находятся преподаватели [3]. Такие данные свидетельствуют, по нашему мнению, о философском ракурсе изучаемой темы, присущем возрастным интеллектуалам.

Автор предлагает лидеру бизнеса «отрефлексировать свои личные ценности и выбрать личную стратегию на период турбулентности (в том числе посмотреть на себя через призму S-матрицы)» [3]. Мы считаем, что угрозы для интеллектуала-бизнесмена находятся внутри самой S-матрицы, поэтому для реализации своей миссии ему надо для начала из нее выйти, после чего, осознав свои витальные и социальные ценности, мотивацию, вернуться в нее, чтобы изменить эту матрицу в соответствии с ними. При этом надо констатировать, что мотивация интеллектуала-бизнесмена как приверженца нравственной экономики [8] бинарна: 50% – идеи, 50% – деньги. Он также заботится о своей репутации, как и о репутации своей компании [9].

Выход из матрицы в реальный мир обусловлен корневым изменением мировоззрения, сменой парадигмы мотивации субъекта делового мира. В дальнейшем исследовании планируется уделить внимание разработке системы мотивации интеллектуала-бизнесмена в социальном предпринимательстве как модели организации социально-экономических отношений в ресурсодобывающем регионе страны.

Список литературы:

1. Назарова, А. Э. Бизнес-миры сквозь призму гуманизма / А. Э. Назарова, В. С. Михайлов, В. В. Гоф // Экономист будущего: меняем мир : Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых с международным участием, Кемерово, 30 марта 2023 года / Под общей редакцией

Ю.С. Якуниной, Е.Е. Жернова. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2023. – С. 108.1-108.5. – EDN WMCZGG.

2. Розин, М. Социология глобальных предчувствий. Ждут ли современные люди апокалипсис? / М. Розин, М. Балакшин. – URL: <https://www.ecopsy.ru/insights/zhdut-li-sovremennye-lyudi-apokalipsis-sotsiologiya-globalnykh-predchuvstviy-issledovanie-ekopsi/> (дата обращения: 07.03.2025).

3. Розин, М. Осознанно жить в SHIVA-мире / М. Розин. – URL: https://www.ecopsy.ru/files/soznannost-pered-licom-shivy_.pdf. (дата обращения: 07.03.2025).

4. Суховецкая, Г. В. Матричные методы в социогуманитарных исследованиях / Г. В. Суховецкая // Общественные науки в современном мире : Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции, Уфа, 11 сентября 2017 года. Выпуск IV. – Уфа: Инновационный центр развития образования и науки, 2017. – С. 17-19. – EDN ZXLOSD.

5. Стёпин, В. С. Научная картина мира в культуре техногенной цивилизации / В. С. Стёпин, Л. Ф. Кузнецова. – Москва, 1994. – 274 с.

6. Шутько, Л. Г. Миссия визионера - проектирование будущего / Л. Г. Шутько, О. Г. Белоусова // Миссия интеллектуалов в современном мире: проблемы, ограничения, перспективы : Материалы международной научно-практической конференции, Кемерово, 30 ноября 2023 года – 01 2024 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2024. – С. 409.1-409.4. – EDN DILFJU.

7. Элбакян, Е. С. От миссии – к миссионерству / Е. С. Элбакян // Религиоведение. – 2016. – № 3. – С. 77-90. – EDN WYKACL.

8. Жернов, Е. Е. Нравственная экономика: идентификация и сопоставление теоретических подходов / Е. Е. Жернов // Идеи и идеалы. – 2019. – Т. 11, № 2-1. – С. 190-208. – DOI 10.17212/2075-0862-2019-11.2.1-190-208. – EDN RWTUSK.

9. Жернов, Е. Е. Репутационная рента угледобывающей компании: сущность и приращение под влиянием ESG-фактора / Е. Е. Жернов, Н. В. Осокина // Уголь. – 2024. – № 11(1186). – С. 29-33. – DOI 10.18796/0041-5790-2024-11-29-33. – EDN HJVSBT.