

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.

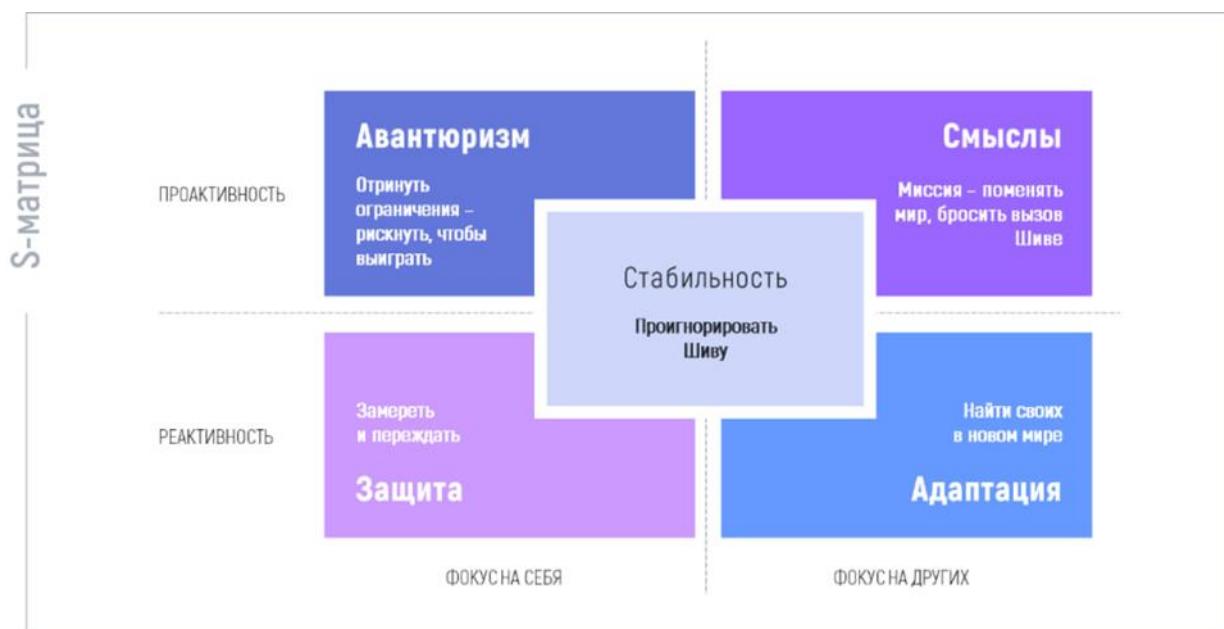


Рисунок 1. S-матрица [3]

Прежние характеристики бизнес-мира, обозначенные словами *Volatile* и *Brittle* (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 романтичным, 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 WM CZGG.

2. Розин, М. Социология глобальных предчувствий. Ждут ли современные люди апокалипсис? / М. Розин, М. Балакшин. – URL: <https://www.ecopsy.ru/insights/zhdut-li-sovremennoye-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/osoznannost-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. Стёpin, В. С. Научная картина мира в культуре техногенной цивилизации / В. С. Стёpin, 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.