«ГРАММАТИКА» МОДЕЛИ МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКОГО «ПЕНТАБАЗИСА» ДЛЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ

Чертовских Матвей Григорьевич

Громов Михаил Сергеевич

МГИМО МИД России

Аннотация

В статье рассматривается общее устройство мировоззренческой модели «пентабазиса» и производится попытка произвести практические экспликации системы для сферы управления и корпоративной культуры. В рамках исследования названная система ценностей осмысливается с позиций структурализма, как аксиологический код, объемлющий все сферы общественного бытия. Осуществляется анализ синтагматических и парадигматических взаимодействий внутри системы. На основе аналитического рассмотрения связей элементов модели делается вывод о возможности одновременной работы с атрибутами (выделенными ценностями) вне зависимости от уровня, на котором происходит взаимодействие. Отмечается, что «пентабазис» нацелен на воспроизводство структур государства в тех сферах, в которых он применяется, однако, само понятие «государство» здесь отсылает к концепции государство-сервис и не несет выраженной патерналистской окраски. Далее производится перевод культурных российских ценностных доминант в область управления и менеджмента. Авторы доказывают преимущество теории мотивации Y в рамках русской культуры менеджмента, основываясь на принципах «пентабазиса», а также сопоставляют корпоративные максимы как отечественных, так и зарубежных компаний, с целью их сравнения с положениями модели и дальнейшего совершенствования на основе предложенных рекомендаций.

Ключевые слова

Российская культура управления, менеджмент в России, «пентабазис» ценностей, теория мотивации Y, государство-сервис, корпоративные ценности, основы российской государственности, корпоративная идеология, факторы «пентабазиса», российская культура.

В сентябре 2023 года планируется введение нового масштабного курса в образовательные программы высших учебных заведений — «Основы российской государственности». Создатели курса подчеркивают, что его задачей является восполнение пробелов в знании отечественной культуры и истории, однако, нельзя не отметить, что параллельно предполагается расстановка определенных мировоззренческих акцентов [1]. Тогда очевидно, что необходима идеологическая база, в соответствии с которой и будет реализовываться воспитательная функция курса, и одним из основных источников здесь может послужить разработанная в 2022 году мировоззренческая модель «пентабазиса».

В рамках данного исследования планируется изучить возможности практического применения модели для отечественной корпоративной культуры, культуры управления и менеджмента в целом. Также представляется целесообразным проблематизировать некоторые связанные теоретические аспекты применения модели в рамках сферы управления в интересах преподавания менеджмента, как одного из возможных разделов нового образовательного курса. Для этого мы рассмотрим «пентабазис» с позиций структурализма, осуществим перевод его положений и основных принципов из общекультурной сферы в область управления и деловой этики, сопоставим полученные результаты с исследованиями фактической ситуации в российской культуре менеджмента и содержанием ценностных доминант корпоративных культур компаний, работающих (или в недавнем прошлом работавших) в России.

Результаты теоретического рассмотрения и структурного осмысления модели мы метафорически называем «грамматикой», в том смысле, что предполагается наличие имплицитного строя системы, понимание которого позволит коммуникативно адекватным образом оперировать с его элементами, в данном случае в рамках управленческой деятельности. Более того, сами создатели модели (Харичев А.Д. и др.) в своей работе из материалов групповых дискуссий пытались сформулировать общенациональный цивилизационный код, который, на наш взгляд, может быть проинтерпретирован в широком смысле как структура, упорядоченная как язык.

Стоит отметить, что настоящее исследование не является первым по обозначенной проблематике. В рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (проект № FZNF-2022-0001 — Возможности и особенности формирования мировоззрения в цифровой среде) уже проводились исследования, среди которых некоторые вплотную подходят к изучаемому вопросу, например: «Формирование патриотизма в России: пентабазис и корпоративная культура» [2]. Также стоит отметить конференцию InterComm 2022 — «Маршрут перестроен. Ищем новую систему координат», в рамках которой в том числе обсуждались вопросы новых ценностных ориентиров в ситуации перестройки системы внутренних коммуникаций.

Для начала представим небольшой экскурс в модель «пентабазиса». Исследование, в котором впервые была представлена модель, проводилось методом групповых дискуссий с 4 марта по 20 мая 2022 года. Апробация метода осуществлялась для описания систем мировоззрения в группах студентов МГУ и ВШЭ и преподавательском составе участников конференции в Севастополе [3]. В итоге удалось закодировать общественно-политический дискурс современной России в рамках пятичастной модели: человек — семья — общество — государство — страна. Уровни дискурса обнаруживают очевидную, парадигматическую связь, ведь система иерархично упорядочена на первых трех уровнях, четвертый (государство) является результатом их взаимодействия как целого и таким

же результатом общей работы системы является последний уровень — страна. Вместе с тем в рамках всей модели они связаны синтаксически как равные элементы множества «пентабазиса».

Для обнаружения дальнейших возможностей работы с системой изучим характер связей элементов несколько подробнее. На каждом парадигматическом уровне авторами выделяется ценностная доминанта, атрибут, который для приведенного выше порядка может быть представлен соответственно: созидание — традиции — согласие — доверие к институтам — патриотизм. Синтагматические связи внутри уровней, с одной стороны, обеспечивают возможность масштабирования и таким образом смены уровня в рамках отношений вложенности, что можно проиллюстрировать на примере материала текста статьи: «народ РФ [прим. авт. «уровень общества»] — это семья семей» [4]. С другой стороны, возможен синтаксис атрибутов уровней, например, где доминанта «доверие к институтам» для уровня «государство» может вступать в горизонтальную связь с доминантой «традиции» соответственно уровня «семья» и т.д. В качестве доказательства можно пойти от противного и предположить, что каждый атрибут является изолированным свойством уровня, к которому производится данная атрибуция. Однако тогда нам следует в качестве необходимого вывода признать, что уровень государства не сохраняет за собой дискурсивного права на «созидание», что явно не придется по душе составителям модели, и тем более вряд ли во всех случаях будет истинным с прагматической и корреспондентской точек зрения. Тогда нам стоит вернуться к пониманию модели как системы, свойства которой превосходят свойства её отдельных объектов, и ценностные доминанты являются эмерджентными свойствами, проявляющимися тогда и только тогда, когда все части модели работают вместе. Таким образом, несмотря на атрибуцию к различным парадигматическим уровням, все ценностные доминанты формируют антропологическую микропарадигму, в рамках которой они связаны синтаксически. Отсюда можно извлечь первое практическое следствие: несмотря на максимальную актуализацию в рамках конкретного уровня, все ценностные доминанты проявляются и по-своему актуализируются на каждом другом уровне в ходе их неизбежного системного взаимодействия.

Отсюда мы можем выделить необходимость работы по всем пяти направлениям, а не локализации сферы управления в рамках одного из уровней, например, семьи (если речь идет о семейном бизнесе или предприятии с сильными горизонтальными связями), общества или государства (если говорить о предприятии связанным с особой ролью в обеспечении деятельности государства, и работа на нем является формой «сакрального» служения).

Что ещё остается сделать для минимального приближения к общим правилам («грамматике») обсуждаемой мировоззренческой системы? Рассмотрим ещё раз наименования ценностных доминант. Можно предположить, что все они относятся к лексико-семантическому полю концепта (архилексемы) «государственность». Можно пойти дальше и задуматься о том, что вся система предполагает воссоздание государственных структур на разных уровнях существования человека. Но что это означает и что подразумевается под государством авторами исследования? Дополнительно оговорим, что следует производить различие между «государством» как частью «пентабазиса» и государством как понятием в отечественной культуре.

В исследовании даются некоторые метафорические образы будущего России, часть из которых может пригодиться для понимания структур, которые должны развертываться в рамках мировоззренческой системы. В блоке «Концепции современного государства» мы видим два образа, которые обладают схожими чертами: технологическое государство,

социальное государство, точка единения сил, персонализированное государство [5]. Всё вместе это собирается уже не в образе патерналистского государства, существование которого является его самоцелью, и подчиняет себе и своей идее жизненные проекты граждан, но скорее как государство-сервис, позволяющее за счёт позитивной обратной связи актуализировать внутренние потребности граждан, требуя взамен лояльности и собственно «вклада делом». На уровне же отдельного человека это работает так: «...российские представления о самореализации разительно отличаются от тех, что распространены в западном (англосаксонском) мире. Самореализация или предназначение в российском случае выводит то, что индивид вносит вклад в развитие страны. Этап капитализации предназначения при этом необязателен. При этом капитализация в сознании участников секции не носит негативных коннотаций. Более того, одной из задач человека, живущего в России будущего, является капитализация российского гражданства» [6].

Теперь осуществим перевод этих ценностных установок в сферу трудовой культуры:

Таблица 1

Содержание ценностных доминант модели «пентабазиса» в рамках управленческой культуры России

	Содержание в рамках управленческой культуры
Созидание	Носитель кода воспринимает свой труд как самореализацию. Максимальная капитализация труда не является приоритетом, но желательна. В приоритете у сотрудника выполнение работы, которая на его взгляд является важной.
Традиции	Для сотрудника важен баланс работы и семейного досуга, деятельного вовлеченного участия в дела своей семьи. Культура переработок и офисной атомизации неприемлемы для носителя кода, в случае если они не компенсируются за счёт вовлечения других ценностных доминант.
Согласие	Носитель кода настроен на взаимопонимание и поддержку собственной инициативы, доверие к собственному творческому выбору способа реализации трудового задания. Ограничения этих свобод воспринимаются как дискриминационная мера.
Доверие к институтам	Носитель кода имеет запрос на открытость управленческой системы, на её равнодушие и сервисный подход, равно как и на наличие общих целей у себя и представителей инстанции управления.
Патриотизм	Носитель кода считает важным причастность к общему делу, которое он реализует в рамках своей работы и которое его предприятие выполняет в рамках страны.

Источник: Гришанин Н.В., Миневи́ч Я.В., Меркушева А.С. Формирование патриотизма в России: пентабазис и корпоративная культура // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». 2023. №2 (38). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-patriotizma-v-rossii-pentabazis-i-korporativnaya-kultura> (дата обращения: 07.07.2023).

Далее мы приведем ряд практических следствий и рекомендаций, начиная с раскрытия ценностной доминанты «созидание». Здесь стоит обратить внимание на теории мотивации сотрудников к труду. Теории X и Y характеризуют два возможных варианта отношения человека к труду. В соответствии с первым вариантом (теория X) совокупность характеристик работника выглядит следующим образом: средний индивид стремится

увильнуть от выполнения своих обязанностей, работу не любит, пассивен, предпочитает быть руководимым, не желает принимать на себя риск и ответственность, ориентируется только на личную безопасность и материальную выгоду, т.е. это «экономический человек». Исходя из этого, большинство людей необходимо принуждать, строго контролировать, чтобы обеспечить достижение целей организации. В противоположность руководителям теории X, считающими своей главной обязанностью управлять служащими, руководители теории Y стремятся помогать служащим овладеть навыками самоуправления.

Теория Y предполагает, что есть другая категория работников. Для них затраты физического и умственного труда так же естественны и необходимы, как игра или отдых, поэтому они не избегают трудовых усилий. Такие работники не только не увильнут от ответственности, но и стремятся к ней, не нуждаются в контроле и способны сами себя контролировать, проявляют фантазию, изобретательность, инициативу.

Управляющий, по мнению Д. Макгрегора, должен, исходя из соответствующих предположений относительно человеческой мотивации, придерживаться определенного стиля руководства: авторитарного в первом случае и демократического — во втором [7]. Авторитарный стиль (вариант мотивации по теории X) — это жесткий контроль, принуждение к труду, негативные санкции, акцент на материальное стимулирование. Демократический стиль (вариант мотивации по теории Y) делает упор на использовании творческих способностей подчиненных, гибкий контроль, отсутствие принуждения, самоконтроль, участие в управлении, моральное стимулирование.

В России применяются различные теории мотивации персонала. При управлении персоналом не обойтись без мирового опыта, однако, необходимо учитывать, что прямой перенос невозможен. Формирование российского менеджмента должно учитывать основную тенденцию развития ментальности в сторону индивидуализма, все больше ориентируясь на личность, осуществление индивидуального контроля, учет индивидуального вклада и оплату согласно ему. Это означает, что на предприятиях все большее значение должно приобретать повышение по службе, основанное не на знакомстве и семейных связях, а исключительно на личных способностях каждого индивида. При формировании системы управления надо как можно сильнее учитывать деловые качества индивида, способность его к восприятию нового, настойчивость.

Работников с коллективистской психологией целесообразно использовать на участках, где применяются специфические, адекватные им методы управления, с акцентом на коллективный труд, коллективную ответственность и контроль, использование бригадной формы организации труда и его оплаты и т.д.

Современный российский менеджер должен отличаться гибкостью в определении целей и задач управления и твердостью, когда цель выбрана, в неуклонном стремлении к ее достижению. Подобный тип руководителя, сочетающий в себе гибкость, приспособляемость и огромные волевые качества придется формировать длительные годы.

Таким образом, к российской действительности в рамках нашего исследования большее внимание стоит уделить теории Y, основой которой является гибкость, приспособляемость, маневренность и диалектичность.

Теперь обратимся к восприятию самой корпоративной культуры в её классических проявлениях. В уже упомянутой работе Гришанина Н.В., Миневича Я.В. и Меркушева А.С. встретим следующую оценку: «...в исторической перспективе патриотизму, или жертвенности во имя государства, страны, семьи, общества противостояла компания, в особенности транснациональная» [8]. На постсоветском пространстве

действительно укоренен стереотип о «буржуе» и, соответственно, антинародном капиталистическом предприятии. Ещё в середине прошлого десятилетия в исследованиях можно было встретить оценки, согласно которым в России корпоративная культура, как часть культуры управления и социального кода, не прижилась и не встречалась повсеместно. «Все перечисленные выше особенности современного состояния культуры отечественных организаций дают основание полагать, что еще рано говорить о ней, как о факторе повышения эффективности работы предприятий, мотивации персонала и производительности труда» [9]. Однако уже к 2022 году, по данным опроса сервиса «Работа.ру», 67% респондентов (из числа пользователей сервиса) заявили, что знают о корпоративной культуре своей компании [10]. Современные исследования образов будущего у россиян свидетельствуют о его эклектичности и неопределенности, вместе с тем отмечается, что: «такой идеей не может стать идея денег, капитала и его накопления» [11].

С учётом перечисленного становится явной необходимость применить для создания адекватной нашим условиям корпоративной культуры ценностные доминанты модели, коль скоро она отражает актуальный запрос. Отражены ли эти доминанты в корпоративных культурах крупных корпораций и не только отечественных? Пять принципов ТНК Mars Inc. включают такие ценностные доминанты как: качество, ответственность, взаимовыгодность, эффективность» и свобода [12]. Однако обратим внимание, что лексико-семантические поля двух этих рядов (пяти принципов Mars и ценностных доминант «пентабазиса») отличаются. Там, где атрибуты «пентабазиса» воспроизводят структуры дискурса государства, пять принципов воспроизводят структуры капиталистического дискурса, которые несут разную смысловую нагрузку.

Возьмем еще один пример. The Coca-Cola Company выделяет в своей корпоративной культуре три доминанты: культурное и гендерное разнообразие, равенство и инклюзивность (Diversity, Equity & Inclusion) [13]. Представленные концепты в свою очередь отсылают к полю леволиберального ценностного дискурса. При этом, кстати, в тексте статьи Харичева А.Д. и др. также упоминается запрос на «инклюзивность», но дальше делается интересная оговорка относительно смысла концепта: «[прим. авт. об образе России будущего] Общность на определенных правилах и принципах вне зависимости от пола, расы, национальности, этноса и т.п., жители которого счастливы назло всем. Принятие разного, т.е. инклюзивность, сосуществование, принятие других как равных (ни в коем случае не путать с термином «толерантность»)» [14].

Рассмотрим теперь пример из отечественной практики. ПАО «Газпром» выделяет следующие ценностные доминанты: профессионализм, инициативность, бережливость, взаимное уважение, открытость к диалогу, преемственность, имидж [15]. Этот ряд доминант также направлен на скорее классический корпоративный подход в рамках капиталистического предприятия, однако, в отличие от Пяти принципов Mars Inc. за пределами своих ценностных доминант включает в себя другие компоненты, которые уже относятся к государственному или даже вернее страновому дискурсу: например, слоган «Газпром — национальное достояние», вызвавший конфликт с ФАС в 2016 году [16]. В рамках текущего рассмотрения подобный слоган звучит более чем уместно, ведь он отображает запрос как работников, так и общества в целом на патриотизм. Другим отличием от Mars Inc. является иная смысловая акцентуация ценностей: не «взаимовыгодность», а «взаимное уважение», не «свобода», которая в случае с Mars Inc. предполагает некий общий уровень свободы, который подразумевает финансовый суверенитет компании, а «инициативность», «бережливость» и «профессионализм», адресующие агентность напрямую

к сотруднику. Также вписываются в модель «пентабазиса» такие пункты, как «преемственность», которая совпадает с перенесенным в корпоративную область концептом «традиции» и «имидж», который в Кодексе компании раскрывается как комплекс мер, направленный на символическую капитализацию общего дела сотрудников перед обществом. Таким образом, мы видим, что некоторые элементы модели «пентабазиса» уже прослеживаются в управленческой практике отечественных компаний.

Наши практические рекомендации можно суммировать так: исходя из положений модели мировоззренческого «пентабазиса» в России для мотивации сотрудников наиболее подходящей является теория управления Y; на уровне корпоративной культуры мы рекомендуем вводить сразу все ценностные доминанты модели с контекстуальным раскрытием применительно к деятельности предприятия.

Наше изучение заявленной мировоззренческой модели как структурированной системы, предполагающей адресацию значимых для представителя российского общества сообщений, которые, находясь для человека на одном уровне его жизненного мира обеспечивают неразрывную связь всего социального бытия можно считать первым приближением к «грамматике» управленческого «пентабазиса», которая в будущем позволит находить дальнейшие практические применения для системы. В то же время нацеленность системы на воспроизводство государственного дискурса в тех сферах, где она применяется, в купе с переосмыслением роли государства (как государства-сервиса) даёт более точные представления о желаемой идентичности гипотетического современного сотрудника и его мироощущении.

Подводя итог, хочется отметить, что изученная модель была осмысленна, прежде всего, как теоретическая система, отражающая некоторые отношения между группами людей, идей и иными абстрактными и материальными акторами и системами, но не охватывающую весь хаотичный социально-политический дискурс. Однако это не мешает подойти к Пентабазису, как с одной стороны некоторому запросу и с другой стороны документу эпохи, в которой мы живём. Первый ракурс рассмотрения, в рамках которого и предлагаются практические рекомендации может быть интересен практикам, второй — исследователям и преподавателям менеджмента.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Васильева А., Винокуров А. Полный Пентабазис // Коммерсантъ. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5652423> (дата обращения: 07.07.2023).

2. Гришанин Н.В., Миневиц Я.В., Меркушева А.С. Формирование патриотизма в России: пентабазис и корпоративная культура // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». 2023. №2 (38). С. 17. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-patriotizma-v-rossii-pentabazis-i-korporativnaya-kultura> (дата обращения: 07.07.2023).

3. Гришанин Н.В., Миневиц Я.В., Меркушева А.С. Формирование патриотизма в России: пентабазис и корпоративная культура // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». 2023. №2 (38). С. 17. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-patriotizma-v-rossii-pentabazis-i-korporativnaya-kultura> (дата обращения: 07.07.2023).

4. Гришанин Н.В., Миневиц Я.В., Меркушева А.С. Формирование патриотизма в России: пентабазис и корпоративная культура // Вестник

Омского университета. Серия «Исторические науки». 2023. №2 (38). С. 18. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-patriotizma-v-rossii-pentabazis-i-korporativnaya-kultura> (дата обращения: 07.07.2023).

5. Гришанин Н.В., Миневи́ч Я.В., Меркушева А.С. Формирование патриотизма в России: пентабазис и корпоративная культура // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». 2023. №2 (38). С. 18. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-patriotizma-v-rossii-pentabazis-i-korporativnaya-kultura> (дата обращения: 07.07.2023).

6. Гришанин Н.В., Миневи́ч Я.В., Меркушева А.С. Формирование патриотизма в России: пентабазис и корпоративная культура // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». 2023. №2 (38). С. 16. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-patriotizma-v-rossii-pentabazis-i-korporativnaya-kultura> (дата обращения: 07.07.2023).

7. Борисова Н.М., Кукарцев А.В. Теории мотивации Д. Макгрегора и применение в Российской практике // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2012. №8. С. 167. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teorii-motivatsii-d-makgregora-i-primenenie-v-rossiyskoj-praktike> (дата обращения: 10.07.2023).

8. Гришанин Н.В., Миневи́ч Я.В., Меркушева А.С. Формирование патриотизма в России: пентабазис и корпоративная культура // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». 2023. №2 (38). С. 94 – 117. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-patriotizma-v-rossii-pentabazis-i-korporativnaya-kultura> (дата обращения: 07.07.2023).

9. Гришанин Н.В., Миневи́ч Я.В., Меркушева А.С. Формирование патриотизма в России: пентабазис и корпоративная культура // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». 2023. №2 (38). С. 94 – 117. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-patriotizma-v-rossii-pentabazis-i-korporativnaya-kultura> (дата обращения: 07.07.2023).

10. Почти 70% опрошенных россиян знают о корпоративной культуре своей компании // Исследование Работа.ру. [Электронный ресурс]. URL: <https://press.rabota.ru/korporativnaya-kultura-kompanii> (дата обращения: 11.07.2023).

11. Васильева А., Винокуров А. Полный Пентабазис // Коммерсантъ. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5652423> (дата обращения: 07.07.2023).

12. Костина А.В. Идея прогресса и образ будущего: трансформации в условиях пандемии // Знание. Понимание. Умение. 2021. №3. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ideya-progressa-i-obraz-buduschego-transformatsii-v-usloviyah-pandemii> (дата обращения: 11.07.2023).

13. Creating a culture of diversity, equity and inclusion. // The Coca-Cola Company. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coca-colacompany.com/social/diversity-and-inclusion> (дата обращения: 11.07.2023).

14. Харичев А.Д., Шутов А.Ю., Полосин А.В., Соколова Е.Н. Восприятие базовых ценностей, факторов и структур социально-исторического развития России (по материалам исследований и апробации) // Журнал политических исследований. 2022. Т. 6, № 3. С. 9-19.

15. Кодекс корпоративной этики ПАО «Газпром» // ПАО «Газпром». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazprom.ru/f/posts/60/091228/2014-02-25-codex-of-corporate-ethics-2019-08-20-edit.pdf> (дата обращения: 11.07.2023).

16. Архангельская Е. «Газпрому» запретили называться

«национальным достоянием» // РБК. [Электронный ресурс]. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/14/01/2016/5697d5469a79475d2640f7d1 (дата обращения: 11.07.2023).

Об авторах:

Чертовских Матвей Григорьевич — преподаватель кафедры философии им. А.Ф. Шишкина, эксперт Центра прикладных исследований факультета международного бизнеса, МГИМО МИД России, 119454, Россия, г. Москва, пр. Вернадского, 76.

РИНЦ Author ID: 1170727

spIn-код: 6855-2492

ORCID ID: 0009-0008-6976-0653

Громов Михаил Сергеевич — эксперт Центра прикладных исследований факультета международного бизнеса, МГИМО МИД России, 119454, Россия, г. Москва, пр. Вернадского, 76.

РИНЦ Author ID: 1206852

spIn-код: 9523-2006

ORCID ID: 0000-0002-5552-0885

Конфликт интересов: авторы сообщают об отсутствии конфликта интересов.

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки.

Для цитирования: Чертовских М.Г., Громов М.С. (2023). «Грамматика» модели мировоззренческого «пентабазиса» для отечественной культуры управления, 2(4), стр. 11 - 19

Поступила в редакцию: 11.07.2023

Принята к публикации: 13.07.2023