

Корпоративная гражданственность: обзор научных публикаций



**Оксана Михайловна
ШУБАТ**

Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина
Екатеринбург, Российская Федерация
e-mail: o.m.shubat@urfu.ru
ORCID: 0000-0002-0929-8144; ResearcherID: M-7443-2013



**Анастасия Андреевна
РАДИШЕВСКАЯ**

Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина
Екатеринбург, Российская Федерация
e-mail: tobysheva.a.a@internet.ru
ORCID: 0000-0002-0904-9471; ResearcherID: 1059759

Аннотация. Негативная демографическая динамика, которая наблюдается в России, несмотря на усилия государства по ее преодолению, требует разработки и внедрения новых, более эффективных инструментов, способных изменить ситуацию. Одним из таких инструментов является активизация участия бизнеса в решении демографических проблем страны на основе развития идей и принципов корпоративной гражданственности. Цель исследования — обзор и анализ научно-исследовательского дискурса корпоративной гражданственности с акцентуацией на демографическом сегменте этого дискурса. Методология исследования включает научный обзор публикаций по тематике корпоративной гражданственности на основе количественных (научометрический анализ) и качественных (содержательно-смысловой анализ документов) методов. В результате исследования выявлено, что научно-исследовательский дискурс корпоративной

Для цитирования: Шубат О.М., Радишевская А.А. (2025). Корпоративная гражданственность: обзор научных публикаций // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 18. № 4. С. 268–284. DOI: 10.15838/esc.2025.4.100.15

For citation: Shubat O.M., Radishevskaya A.A. (2025). Corporate citizenship: An overview of scientific publications. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 18(4), 268–284. DOI: 10.15838/esc.2025.4.100.15

гражданственности, сохраняя на протяжении ряда лет стабильную научную значимость, в последние годы теряет свою объемность. При этом он более масштабен в зарубежных исследованиях. Корпоративная гражданственность — недостаточно разработанная концепция, отсутствует ее четкое определение, понимание ее сущности и детерминант. В демографической сфере корпоративная гражданственность не концептуализирована. В ходе анализа были выявлены тенденции развития дискурса, составлен наукометрический портрет российских публикаций по данной теме. Невозможность получить полный доступ к международным базам цитирования Web of Science и Scopus в связи с санкциями накладывает определенные ограничения на наше исследование в части научного обзора зарубежного сегмента дискурса. С научно-теоретических позиций значимость работы состоит в восполнении недостатка научных обзоров в сфере корпоративной гражданственности, постановке вопроса о концептуализации данного феномена и активизации его исследований. Практическая значимость определяется возможностью использования результатов другими авторами, занимающимися вопросами корпоративной гражданственности и смежных тем. Систематизация и концептуализация данной предметной области будет способствовать более активному продвижению идей и принципов корпоративной гражданственности на российских предприятиях, а также более активному включению российского бизнеса в решение национальных стратегических задач России.

Ключевые слова: корпоративная гражданственность, корпоративная демографическая политика, предпринимательство, наукометрический анализ, научный обзор.

Благодарность

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-18-00854, <https://rscf.ru/project/24-18-00854/>.

Введение

Негативные демографические тренды и угроза демографической безопасности — важнейшие вызовы современной России. Начиная с 2020 года в стране наблюдается депопуляция: если на 1 января 2020 года численность населения составляла 147,9 млн человек, то в 2024 году этот показатель составил 146,1 млн человек¹. Особенно острой является проблема падения рождаемости. Уровень рождаемости в России уже долгие годы существенно ниже уровня простого воспроизводства населения ($\approx 2,14$ ребенка на одну женщину)².

Очевидно, что негативная демографическая динамика, которая наблюдается на фоне непрекращающихся усилий государства по ее преодолению, в перспективе будет только увеличивать

наблюдающийся уже сейчас кадровый голод на российских предприятиях³. Такое положение дел требует от государства и экспертного сообщества разработки и внедрения новых, более эффективных инструментов, способных изменить ситуацию. Одним из таких инструментов является активизация участия российского бизнеса в решении демографических проблем страны.

Включение бизнеса в демографическую повестку сегодня активно обсуждается в российских СМИ и органах власти различного уровня⁴,

³ Рынок труда в середине 2023 года: никто не виноват, но что делать? Анализ данных, тренды и прогнозы (Исследование ресурса hh.ru). URL: <https://ekaterinburg.hh.ru/article/31716?ysclid=lna0njcv2u623470466>

⁴ В Совфеде обсудили актуальные задачи решения демографической проблемы в стране // RG.RU. URL: <https://rg.ru/2023/11/10/v-sovfede-obsudili-aktualnye-zadachi-resheniia-demograficheskoy-problemy-v-strane.html>; В Госдуме предложили бизнесу совместно решать демографические проблемы // URA.RU. URL: <https://ura.news/news/1052675316>; Эксперты: рост рождаемости в РФ могут обеспечить многодетные семьи, но им нужна поддержка. URL: <https://tass.ru/obschestvo/14757305>

¹ Численность населения (данные Росстата; данные приведены без учета статистической информации по Донецкой Народной Республике, Луганской Народной Республике, Запорожской и Херсонской областям). URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Chisl_RF_01-01-2022-01-01-2024.xls

² Суммарный коэффициент рождаемости (данные ЕМИСС). URL: <https://fedstat.ru/indicator/31517>

а также в самом бизнес-сообществе⁵. Ведущие российские социологические центры также занимаются исследованием этого вопроса⁶. В последние годы активно расширяется пул научных исследований, обосновывающих необходимость и возможность участия бизнеса в решении проблем низкой рождаемости в стране (Ростовская и др., 2021; Шубат и др., 2022). Такое участие связывают с развитием особого направления социальной ответственности бизнеса — корпоративной демографической политики, представляющей собой целостную систему принципов, норм и мер поддержки сотрудников с семейными обязанностями (Ростовская и др., 2021; Багирова и др., 2024; Тобышева, Шубат, 2024). Исследователи обосновывают необходимость, возможность, а также эффективность, экономическую выгоду для бизнеса от реализации корпоративной демографической политики, представляют наиболее эффективные корпоративные практики в этом направлении (Иваницкий, Шишкарев, 2024).

Активизация включения бизнеса в решение демографических проблем страны может проходить под влиянием ряда факторов. Теоретически здесь можно говорить о прямом давлении и принуждении со стороны государства, о стимулировании бизнеса через всевозможные субсидии, налоговые льготы и прочие преференции. Стимулирующим фактором может быть возможность получения бизнесом экономических преимуществ и выгод от реализации корпоративных демографических программ. Авторы указывают на целый ряд таких преимуществ — снижение издержек, рост производительности труда, снижение текучести

кадров и ряд других (Breaugh, Frye, 2007; Bourhis, Mekkaoui, 2010; Kim, Yeo, 2019).

В качестве важнейшего фактора активного включения бизнеса в решение демографических проблем страны, на наш взгляд, может рассматриваться распространение и укоренение в бизнес-среде идей и принципов *корпоративной гражданственности как элемента системы ценностей предпринимательства, внутренней установки и побуждения предпринимателей к участию в решении социально значимых задач общества, проявления социальной солидарности*. Исследования показывают, что представления о такой социальной солидарности бизнеса эволюционируют с течением времени и меняются по мере изменения социальных ожиданий относительно корпоративного поведения (Latapi Agudelo et al., 2019). Российские исследователи отмечают, что под воздействием ряда внешних угроз усиливается потребность в формировании новой ответственной стратегии бизнеса — кумулятивной рационально-социальной, а наивысший уровень системы ценностей современного предпринимательства составляют этико-социальные ценности — чувство долга, гуманность, патриотизм, социальная активность и ответственность (Асаул, Веткина, 2022, с. 10). На современном этапе эволюции ценностного пространства российского предпринимательства возрождаются его традиционные ценности (Сазанова, 2016), к которым относят, в том числе, ощущение сопряженности и взаимообусловленности увеличения личного благосостояния с развитием и процветанием своей земли, города, страны (Ветошкин и др., 2008). Такой вектор движения ценностных ориентиров предпринимательства в полной мере соотносится с установками, обозначенными в Указе Президента РФ № 809 от 09.11.2022 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». Проявление гражданственности бизнес-структурами (корпоративной гражданственности) сегодня особенно востребовано в сфере демографии. Появляются первые российские публикации, связанные с тематикой корпоративной гражданственности в демографической сфере (Багирова, 2025).

⁵ В РСПП обсудили поддержку семьи, материнства, детства, работников с семейными обязанностями. URL: <https://no-qtrator.rssp.ru/events/news/v-rssp-obsudili-podderzhku-semi-materinstva-detstva-rabotnikov-s-semeynymi-obyazannostyami-660a6bbe8665/>; На ПМЭФ рассказали, как бизнес может повлиять на рождаемость. URL: <https://www.pnp.ru/economics/na-pmef-obsudili-kak-biznes-mozhet-povliyat-na-demografiyu.html>

⁶ Работодатели как субъекты реализации демографической политики: лучшие практики корпоративной семейной политики российского бизнеса. 2024 // ВЦИОМ. URL: <https://expert.wciom.ru/release/rabotodateli-kak-subekty-realizacii-demograficheskoi-politiki-politiki-luchshie-praktiki-korporativnoi-semeinoi-politiki-rossiiskogo-biznesa>

Цель нашего исследования заключается в проведении обзора и анализа научно-исследовательского дискурса корпоративной гражданственности с акцентуацией на демографическом сегменте этого дискурса. Как было отмечено, обсуждение вопросов корпоративной гражданственности в демографической сфере в настоящее время только получает развитие, соответствующий дискурс в полной мере не сформировался. Однако исключительная важность этой темы для современной России предопределяет необходимость особого внимания к сегменту исследований корпоративной гражданственности в демографической сфере. Такой анализ будет способствовать активизации как собственно научно-исследовательского, так и социально-политического дискурса, что отвечает запросам современного российского общества. Такие дискурсы способны конструировать соответствующее информационное поле (информационный контекст) функционирования российского бизнеса, который в перспективе будет формировать необходимые и востребованные сегодня моральные установки и ценностные ориентиры предпринимательства.

Методология исследования

Достижение поставленной цели требует, прежде всего, выработки определенности относительно объекта анализа. Важно отметить, что в российской науке дискурс корпоративной гражданственности имеет терминологическую особенность. Очевидно, в силу использования заимствованного, переводного термина (*corporate citizenship*) в научных исследованиях авторы оперируют понятиями «корпоративное гражданство» и «корпоративная гражданственность». Таким образом, происходит неправомерное, на наш взгляд, смешение понятий «гражданство» и «гражданственность» (последнее нам представляется наиболее корректным). При этом толкование термина «гражданственность» в российском научном дискурсе характеризуется разноплановостью, это понятие не имеет строгого научного определения в отличие от понятия «гражданство». Исследование гражданственности как научной категории в России началось во второй половине XIX века (Зауторова, Макеева, 2016). При определении гражданственности представители различных наук выделяют разные значимые ее признаки,

даже в рамках одного научного направления она может пониматься по-разному. Так, гражданственность может интерпретироваться как ощущение себя гражданином конкретной страны, несущим ответственность за то, что происходит вокруг (Баев, 2023); как способность человека вовлекаться в вопросы, касающиеся жизни в обществе, и действовать на протяжении своей жизни в качестве активного и ответственного гражданина, уважающего права других (Лубский, Мамина, 2019); как совокупность убеждений и взглядов, предполагающая, с одной стороны, высокую степень независимости и самостоятельности индивидуальных суждений об обществе, с другой — нерушимую социальную солидарность, выражающуюся в участии человека в жизни социума (Никифоров, Скалина, 2007, с. 189). Последнее определение видится нам наиболее полным, поскольку наилучшим образом выражает идею собственно гражданственности, поэтому будет использоваться в настоящем исследовании в качестве базы для понимания корпоративной гражданственности.

Анализ дискурса корпоративной гражданственности проводился на основе как количественных, так и качественных методов.

Количественные методы анализа. Такой анализ базировался на изучении публикационной активности в тематике корпоративной гражданственности с использованием двух сервисов.

1. Google Books Ngram Viewer. В условиях ограничения доступа к международным наукометрическим ресурсам (в связи с введенными в отношении России санкциями даже в сфере научных исследований) первичное представление о динамике исследовательского интереса к вопросам корпоративной гражданственности может быть получено на основе данных поискового сервиса Google Books Ngram Viewer. Этот открытый онлайн-сервис позволяет визуализировать частоту встречаемости слов и словосочетаний в корпусе книг различных языков за разные периоды времени. Для получения такой визуализации в нашем исследовании мы использовали термины «*corporate citizenship*», «корпоративное гражданство» и «корпоративная гражданственность», осуществляя поиск в англоязычном и русскоязычном корпусах книг (доступный архив — до 2019 года). Как отмеча-

лось ранее, в русскоязычных исследованиях наблюдается смешение понятий «гражданство» и «гражданственность». Именно поэтому в своих поисковых запросах мы использовали оба варианта перевода данного термина.

2. Российский индекс научного цитирования (далее – РИНЦ) на платформе Elibrary. На основе данного онлайн-ресурса, который активно развивается в стране и постоянно обновляет и расширяет возможности для исследований, проводился наукометрический анализ российской публикационной активности по тематике корпоративной гражданственности.

На первом этапе анализа формировался поисковый запрос, на втором этапе анализировалась сформированная на его основе выборка публикаций. Для формирования поискового запроса использовались словосочетания «corporate citizenship», «корпоративная гражданственность» и «корпоративное гражданство». Отбирались публикации, где эти словосочетания (с учетом морфологии) встречаются в названии работы, ключевых словах или аннотации. Далее составлялся своего рода наукометрический портрет таких публикаций на основе доступных в РИНЦ метрик и инструментов анализа. Для этого проводился анализ общего числа публикаций по тематике корпоративной гражданственности и их динамики, анализ числа цитирований таких публикаций, а также анализ различных структур сформированной выборки публикаций. Такие структуры выделялись на основе следующих критериев:

- публикационной активности по исследуемой теме в РИНЦ;
- активности цитирований работ, связанных с тематикой корпоративной гражданственности;
- распределения публикаций по базам индексирования – ядро РИНЦ, RSCI, Web of Science, Scopus;
- распределения публикаций по авторам и организациям, с которыми аффилированы эти авторы;
- распределения публикаций по предметным областям и ключевым словам.

Для визуализации данных использовались типовые методы отражения динамики (линейные графики), тепловые карты, позволяющие отследить тенденции публикационной актив-

ности при помощи цветовой шкалы (более темные цвета указывают на большее количество публикаций, а светлые – на меньшее), а также семантические облака слов, визуализирующие частотность тех или иных слов или словосочетаний.

Качественные методы анализа. Анализ на основе качественных методов, по сути, представлял собой критический обзор предметного поля; метод исследования – анализ документов. Мы применяли традиционный (классический) способ анализа – содержательно-смысловой, сосредоточившись на описании трактовок, смыслового контекста использования термина «корпоративная гражданственность» российскими и зарубежными авторами.

Результаты исследования

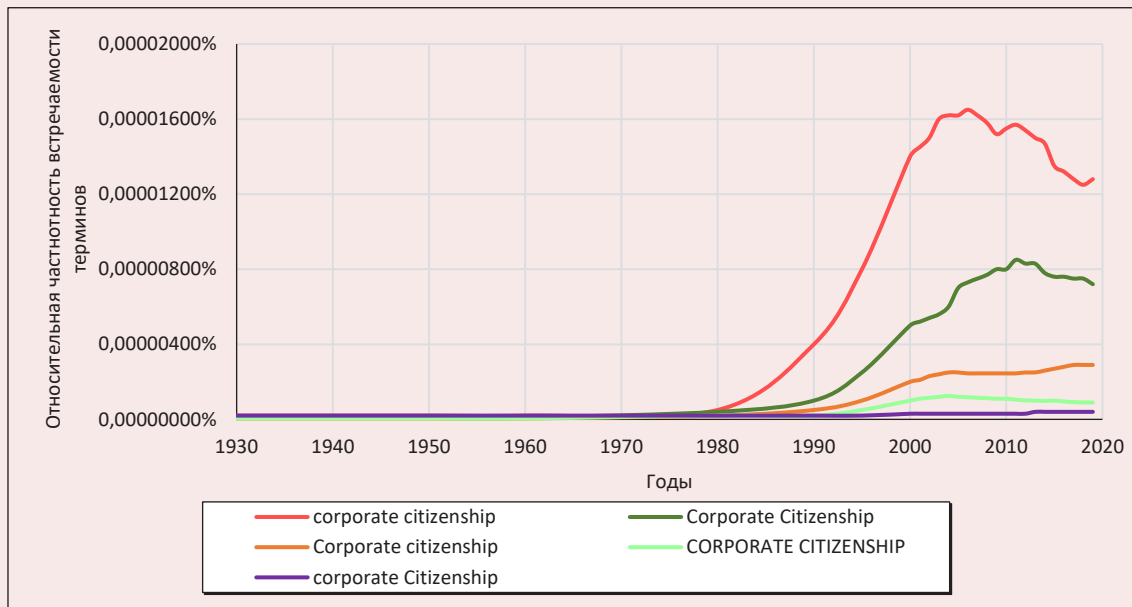
Результаты, полученные на основе количественных методов анализа

Результаты поисковых запросов в сервисе Google Books Ngram Viewer показали, что в англоязычной литературе понятие корпоративной гражданственности появилось в 30-е гг. XX века. Пик встречаемости этого термина в публикациях приходится на 2000–2010 гг. (рис. 1). В русскоязычном корпусе Google Ngram Viewer термин «корпоративное гражданство» встречается позднее – в конце 60-х гг. XX века; начиная с 1998 года число книг на русском языке, в которых фигурирует данный термин, стремительно растет, достигая пика к 2006 году, затем, очевидно, исследовательский интерес к этому понятию начал угасать (рис. 2).

Заметим, что в англоязычном корпусе книг встречаемость данного термина в последнее десятилетие не падает так стремительно, демонстрируя в целом (по всем вариантам) стабильность исследовательского интереса. Анализ также показал, что в русскоязычном корпусе книг сервиса Google Ngram Viewer термин «корпоративная гражданственность» вообще не встречается.

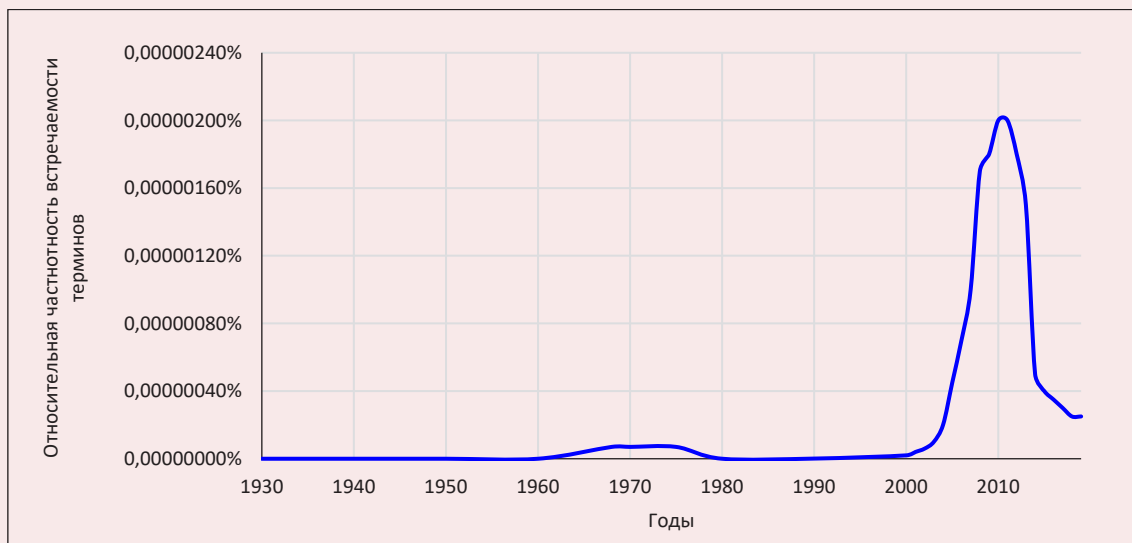
Дальнейший наукометрический анализ, выполненный на основе Российского индекса научного цитирования, показал, что публикации по тематике корпоративной гражданственности – явление последних двух десятилетий, причем динамика числа таких публикаций не позволяет говорить о росте исследовательского интереса к данной теме.

Рис. 1. Встречаемость термина «corporate citizenship» в англоязычной литературе



Источник: Google Ngram Viewer.

Рис. 2. Встречаемость термина «корпоративное гражданство» в русскоязычной литературе

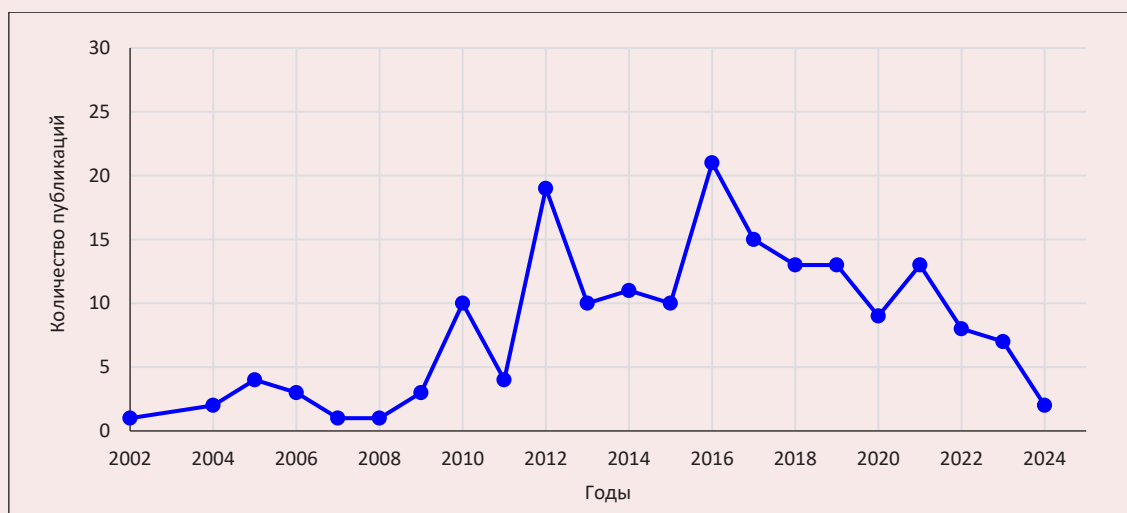


Источник: Google Ngram Viewer.

Так, общее число публикаций составило 180; первая публикация была проиндексирована в 2002 году. Пиковая публикационная активность по тематике корпоративной гражданственности приходится на 2012 и 2016 гг., а затем публикационная активность снизилась (рис. 3).

За пятилетний период (с 2020 по 2024 год) было опубликовано 39 работ по тематике корпоративной гражданственности; публикационная активность заметно ниже, чем в предыдущие 5 лет (с 2015 по 2019 год), когда было опубликовано 72 таких работы. Даже с учетом лага индексации и потенциального

Рис. 3. Публикации по теме корпоративной гражданственности, проиндексированные в РИНЦ в разные годы



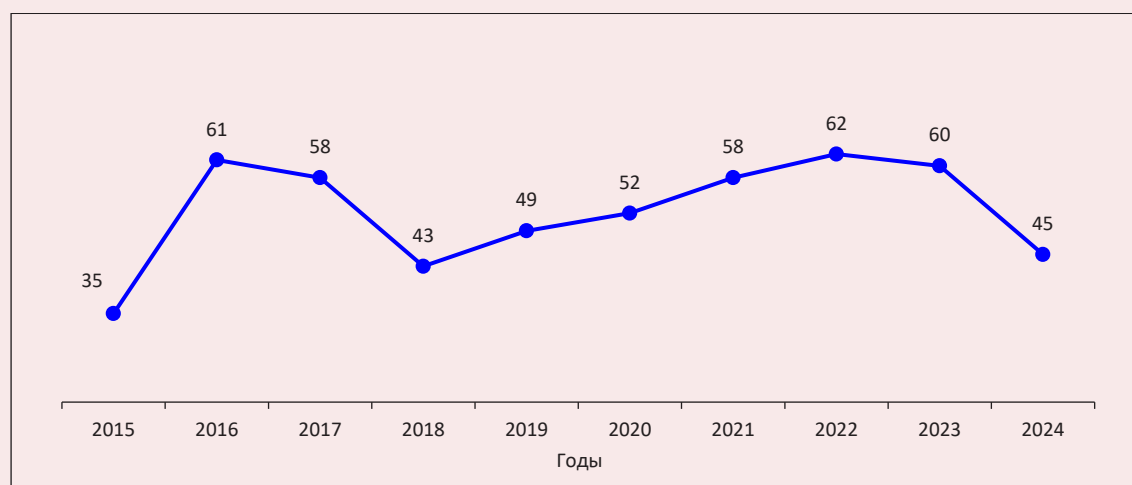
Составлено по: данные РИНЦ.

роста числа проиндексированных в РИНЦ публикаций 2023–2024 гг. такая существенная разница говорит о снижении исследовательского интереса к тематике корпоративной гражданственности в российском научно-исследовательском дискурсе.

Вместе с тем научная значимость таких публикаций остается стабильной. В качестве кри-

терия значимости мы приняли доступный в РИНЦ наукометрический индикатор — число цитирований (заметим, что мы осознаем его неполную валидность и справедливость критики в его адрес). Однако начиная с 2015 года в среднем в 52 публикациях ежегодно цитируются работы, связанные с тематикой корпоративной гражданственности (рис. 4).

Рис. 4. Количество публикаций, проиндексированных в РИНЦ и цитирующих работы, связанные с тематикой корпоративной гражданственности



Составлено по: данные РИНЦ.

Более половины всех этих цитирований приходится на работы, которые были опубликованы до 2013 года. Общий средний возраст цитируемых работ составляет 11,1 года. Таким образом, наиболее существенные, фундаментальные разработки концепции корпоративной гражданственности, вероятнее всего, были сделаны в более ранних публикациях — более 10 лет назад.

В ходе дальнейшего исследования составлялась и анализировалась карта научных исследований по тематике корпоративной гражданственности — изучалась представленность таких работ в научном дискурсе на основе ряда критериев: название и тематика журналов, авторы публикаций, организации, к которым принадлежат авторы публикаций, базы индексирования публикаций.

Как показало исследование, наиболее значимые (наиболее цитируемые) научные работы по тематике корпоративной гражданственности были опубликованы в журналах «Экономика и предпринимательство», «Вестник Томского государственного университета. Экономика», «Мировая экономика и международные отношения».

Анализ структуры цитируемых публикаций позволил выявить наиболее весомых исследователей в области корпоративной гражданственности — чаще всего цитируются работы следующих авторов: С.П. Перегудов (12% от общего числа цитирований), Е.Б. Завьялова (8%), И.С. Семененко (5%), Р.Н. Абрамов (5%).

Проведенный анализ позволил выявить научные центры в России, в которых проводятся соответствующие исследования. Больше всего работ по данной теме было опубликовано исследователями из следующих университетов:

- 1) Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого (8% от общего числа публикаций);
- 2) Кубанский государственный университет (8%);
- 3) Финансовый университет при Правительстве РФ (4%).

При этом за последние 5 лет наиболее активно этой тематикой занимались исследователи из Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина) — 13% публикаций, проиндексированных в РИНЦ в 2020–2024 гг.

В ходе дальнейшего анализа была составлена так называемая тепловая карта распределения количества публикаций во времени, для чего были отобраны 10 научно-образовательных организаций с наибольшим количеством публикаций за весь исследуемый период (рис. 5). Как следует из представленных на карте данных, в разные периоды времени роль лидера по исследованию вопросов корпоративной гражданственности принадлежала разным научно-исследовательским и образовательным центрам. Так, например, в период с 2004 по 2008 год таким лидером был Национальный исследовательский институт мировой экономики и международных отношений им. Е.М. Примакова Российской академии наук (ИМЭМО РАН). Затем лидерство по числу публикаций перешло другим университетам. Следует отметить, что дольше других занимается исследованиями по тематике корпоративной гражданственности Финансовый университет при Правительстве РФ: самые ранние работы датируются 2004 годом, и далее с 2012 по 2021 год ученые университета продолжали публиковать статьи по этой тематике.

Дальнейший наукометрический анализ касался распределения публикаций по источникам. Анализ показал, что большинство работ по корпоративной гражданственности (79%) — это статьи в научных журналах. Причем очень незначительная их часть была опубликована в журналах, определяемых экспертным сообществом в качестве высокочисловых. Так, лишь 10% от общего числа всех статей были опубликованы в журналах, входящих в ядро РИНЦ, 9% — в журналах, входящих в RSCI, 6% — в журналах, индексируемых в Web of Science или Scopus. При этом за последние 5 лет в этой структуре произошли заметные изменения — больше статей стало появляться в высокочисловых научных журналах (табл. 1).

Таблица 1. Статьи РИНЦ по тематике корпоративной гражданственности в различных базах индексирования

База индексирования	Доля от общего числа статей, %	
	2002–2024 гг.	2020–2024 гг.
Ядро РИНЦ	10	14
RSCI	9	8
Web of Science, Scopus	6	11
Составлено по: данные РИНЦ.		

Рис. 5. Тепловая карта публикаций по теме корпоративной гражданственности, проиндексированных в РИНЦ с 2002 по 2024 год в разрезе научно-образовательных учреждений (НОУ)



Составлено по: данные РИНЦ.

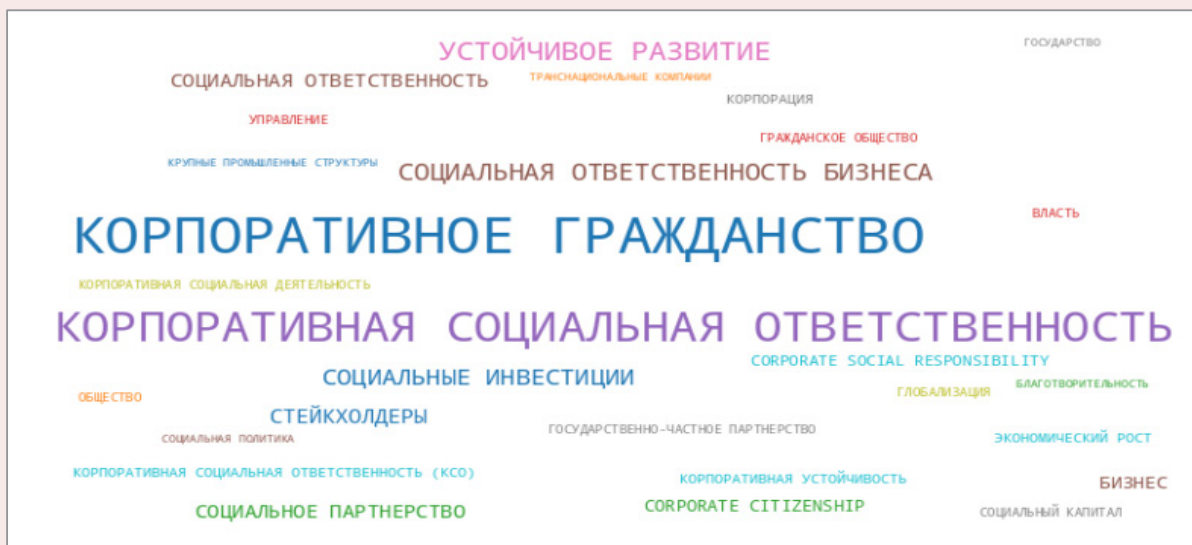
Дальнейший наукометрический анализ касался ключевых слов в публикациях по теме корпоративной гражданственности. Общее количество ключевых слов в анализируемых публикациях составило 985 (479 из них уникальных), при этом большое количество ключевых слов (385) встречалось только один раз. В ходе анализа было построено семантическое облако ключевых слов с частотой встречаемости более 5 раз. Таким образом, был визуализирован частотный анализ 28 наиболее часто встречаемых ключевых слов/словосочетаний (рис. 6).

Анализ частотности ключевых слов и визуализация его результатов позволяют выявлять основные контексты (смежные темы, подтемы, направления) исследований в рамках тематики корпоративной гражданственности. Как сле-

дует из представленного облака слов, основными смежными темами и контекстами для корпоративной гражданственности являются корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, социальные инвестиции и капитал, стейкхолдеры и благотворительность.

Дальнейший анализ предметных областей, в которых представлены исследования по корпоративной гражданственности, показал, что подавляющее большинство таких публикаций (66%) относится к предметной области «Экономика и бизнес», заметная представленность таких публикаций наблюдается в предметных областях «Политические науки» (10%), «Социология» (7%). Всего публикации по корпоративной гражданственности представлены в 12 предметных областях.

Рис. 6. Семантическое облако ключевых слов/словосочетаний в публикациях по теме корпоративной гражданственности, проиндексированных в РИНЦ в 2002–2024 гг.



Составлено по: данные РИНЦ.

Тепловая карта, построенная для предметных областей (рис. 7), позволяет увидеть «рождение» и дальнейшее развитие предметных областей, в рамках которых изучается исследуемая тематика. Так, например, представленные на рисунке 7 данные показывают, что в трех указанных выше предметных областях публикации по теме корпоративной гражданственности представлены практически на протяжении всего исследуемого периода и остаются самыми массовыми, а в 2012 году «рождается» новая предметная область, в рамках которой начинают исследоваться вопросы корпоративной гражданственности, — «Философия, этика и религия».

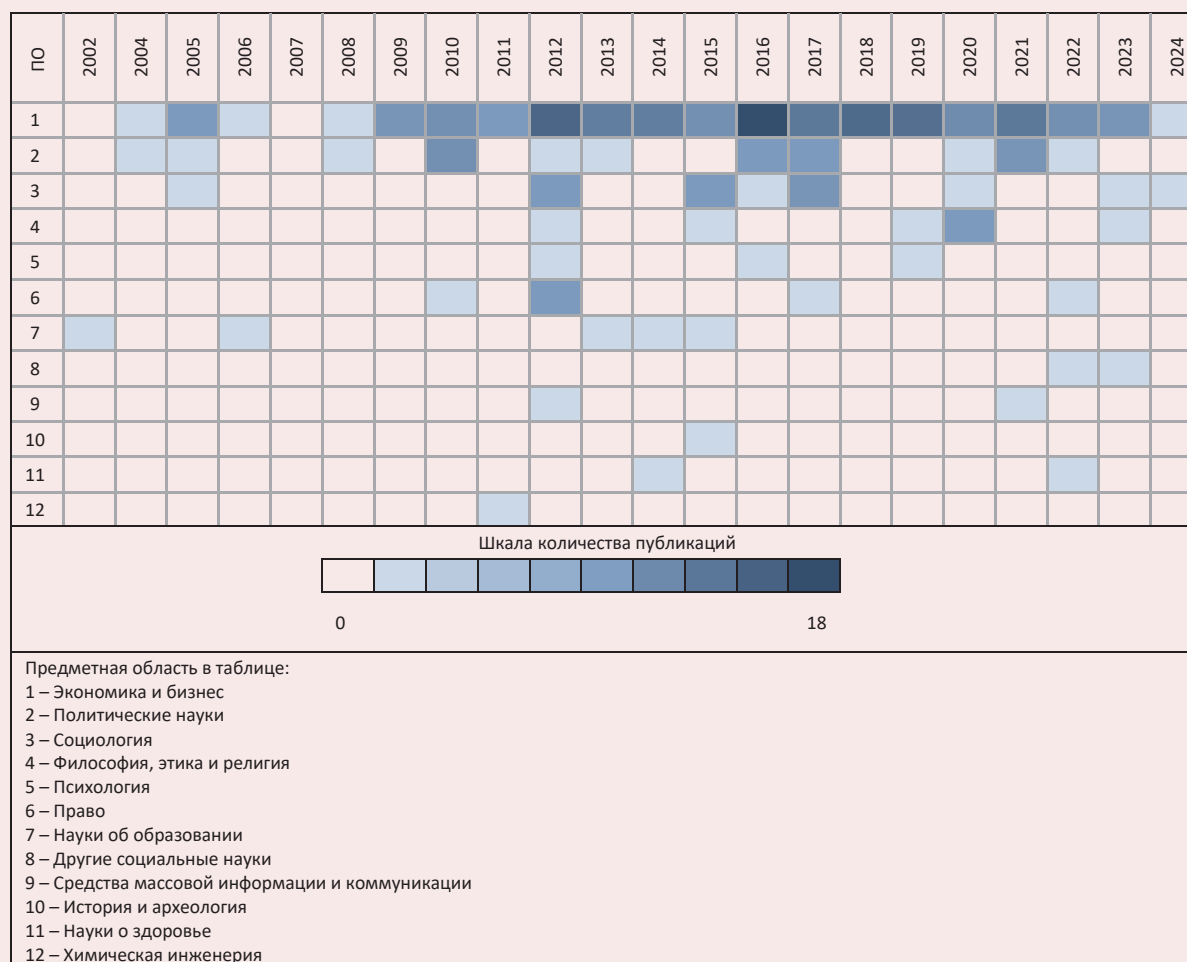
Таким образом, проведенный анализ предметных областей публикаций показал междисциплинарность исследований корпоративной гражданственности с доминантой в предметной области «Экономика и экономические науки». При этом в демографической сфере корпоративная гражданственность не концептуализирована. В исследуемый период времени в РИНЦ не было проиндексировано ни одной публикации по теме корпоративной гражданственности в предметной области «Демография». Сегодня, как отмечалось ранее, появляются первые российские публикации, связанные с тематикой

корпоративной гражданственности в демографической сфере (Багирова, 2025).

Результаты, полученные на основе качественных методов анализа

Проведенный анализ тематических публикаций показал, что ни в научном поле, ни в корпоративном секторе не сложилось единого, универсального мнения о том, что представляет собой корпоративная гражданственность. Так, в зарубежных исследованиях под корпоративной гражданственностью может пониматься выполнение корпорацией четырех видов обязанностей/обязательств перед стейкхолдерами: экономических, юридических, этических и филантропических (Carroll, 1998); степень выполнения компанией этих обязанностей/обязательств (Maignan et al., 1999); особый тип управления компанией, позволяющий минимизировать негативное и максимизировать позитивное воздействие на общество (Marsden, Andriof, 1998); сочетание и объединение основной деятельности компании с социальной ответственностью с целью получения взаимных выгод (Waddell, 2000); один из видов социально-экономической активности компании, которые она проявляет, выполняя свои роли и обязательства как члена общества (Gardberg, Fombrun, 2006).

Рис. 7. Тепловая карта предметных областей публикаций по корпоративной гражданственности, проиндексированных в РИНЦ в период с 2002 по 2024 год



Составлено по: данные РИНЦ.

В научных и прикладных исследованиях концепция корпоративной гражданственности может отождествляться с другими концепциями, отражающими ценностные ориентиры деятельности компании, такими как корпоративная социальная ответственность (далее – КСО), ESG-концепция (Okoue, 2009). Чаще всего в прикладных исследованиях в качестве взаимозаменяемых (иногда – полностью эквивалентных) используются термины «корпоративная социальная ответственность» и «корпоративная гражданственность» (Matten, Crane, 2005; Mirvis, Googins, 2006; Waddock, 2008; Rego et al., 2011). Однако в отдельных исследованиях корпоративная гражданственность может пониматься более широко – как широкий

спектр деловых ролей в обществе, выходящий за рамки концепций устойчивого развития, корпоративной социальной ответственности и ESG-концепции (Waddock, 2008). При этом в исследованиях встречаются попытки проанализировать сходства и различия между КСО и корпоративной гражданственностью, а также между КСО и ESG-концепцией (Valor, 2005; Rendtorff, 2019).

Современные зарубежные исследователи отмечают, что концепция корпоративного гражданства с академической точки зрения все еще недостаточно разработана и не имеет четких демаркационных линий, позволяющих дифференцировать ее от других близких концепций и практик, реализуемых компаниями

(Park et al., 2023). Важным является и тот факт, что контексты и ключевые слова, используемые для характеристики корпоративной гражданственности, могут существенно отличаться в разных исследовательских областях — представители различных научных направлений по-разному концептуализируют корпоративную гражданственность (Окоуе, 2009).

Можно выделить несколько направлений, в рамках которых разрабатывается эта концепция в российских исследованиях (в целом, они совпадают с теми направлениями, которые были нами выделены в отношении зарубежных исследований). Так, ряд авторов рассматривают корпоративную гражданственность в связке с социальной ответственностью бизнеса (Абрамов, 2005; Петухов, 2010; Черепанова, 2015). Корпоративное гражданство, в соответствии с этим направлением, может иметь в качестве основания корпоративную социальную ответственность или быть высшим уровнем ее реализации. Корпоративная гражданственность может рассматриваться как способ ведения бизнеса, характеризующийся инициативностью в отношении социальных инвестиций и самостоятельностью поиска решений общественных / общественно значимых проблем (Киварина, 2016), дающий конкурентное преимущество (Христова, 2020). Концепция корпоративной гражданственности может связываться с концепцией устойчивого развития (Перегудов, Семененко, 2008; Егорова, 2013).

В исследованиях в качестве основополагающего принципа корпоративной гражданственности указывается многосторонность, разноплановость взаимодействия частного предпринимательства с различными стейкхолдерами, в рамках которого бизнес идентифицируется как корпоративный гражданин, реализующий четыре роли — работодателя, производителя, экономического субъекта и члена общества. В роли работодателя корпоративный гражданин создает благоприятные условия труда и развития персонала, в роли производителя — предоставляет безопасные и полезные продукты и услуги, в роли экономического субъекта — соблюдает этические нормы конкуренции, как член общества — поддерживает социальные проекты и решает социальные вопросы.

В отдельных исследованиях корпоративная гражданственность рассматривается в качестве особой формы социального партнерства между бизнесом и государством, при которой бизнес и государство несут взаимную ответственность перед обществом (Косоруков, 2017; Тетерюк, 2017); между бизнесом и обществом, когда степень вовлеченности компании в гражданское общество отражает уровень развития этого взаимодействия (Перегудов, Семененко, 2008; Киварина, 2016).

Ряд российских исследований посвящен генезису идей корпоративной гражданственности и этапам ее формирования (Трекова, Кузьмин, 2012; Кузьмин, 2013; Матвеева, 2014). Вместе с тем представления о периодизации и сущности таких этапов существенно различаются.

Еще одной особенностью научно-исследовательского дискурса корпоративной гражданственности является то, что он преимущественно касается крупного бизнеса. Однако в отдельных работах отмечается необходимость распространения ее идей и принципов среди представителей малого бизнеса (Перегудов, Семененко, 2008).

Отдельного внимания заслуживает работа И.Б. Адовой и Г.Н. Ибрагимова (Адова, Ибрагимов, 2021), в которой авторы осуществили обзор (текстологический анализ) российских исследований корпоративной гражданственности (у авторов — корпоративного гражданства), представив классификацию подходов к рассмотрению термина. Признавая безусловную значимость данного исследования, отметим его определенные ограничения. Вопросы вызывает как сама классификация и основания, по которым выделялись направления таких исследований, так и методические вопросы формирования пула публикаций для проведения анализа.

Дискуссионные вопросы исследования

Результаты анализа поднимают ряд дискуссионных вопросов. Прежде всего отметим, что сегодня можно говорить об определенных ограничениях в развитии дискурса корпоративной гражданственности, наиболее важным среди которых является преобладание описательных, не ориентированных на прикладные аспекты исследований этого феномена.

Выявлено, что в научных и прикладных исследованиях не выработано единого понятия

корпоративной гражданственности, не обозначено четкое место корпоративной гражданственности в системе ценностей бизнеса и его практиках. Сегодня, на наш взгляд, необходима концептуализация, более основательная теоретическая проработка понятия корпоративной гражданственности, особенно в демографической сфере. Недостаточная концептуализация, очевидно, затрудняет восприятие бизнесом ее идей и принципов и, соответственно, ее внедрение в реальные бизнес-стратегии и практики (Park et al., 2023). Необходимость основательной концептуализации важна не только для развития системы научного знания, исследовательской методологии, но и для развития и формирования устойчивости корпоративного сектора; поскольку даже использование термина «корпоративная гражданственность» было в основном инициировано практиками бизнеса (Valor, 2005).

Еще одним важным дискуссионным вопросом по результатам проведенного анализа является вопрос о перспективах и возможностях принятия российским бизнесом идей, принципов корпоративной гражданственности и, что особенно актуально, корпоративной гражданственности в демографической сфере. Размышления относительно этого, вероятно, отсылают нас к теоретико-философской дискуссии о бизнесе/корпорации как моральном агенте. Ответ на вопрос о моральном статусе корпорации, по сути, нужен для обоснования онтологической непротиворечивости идей, постулатов корпоративной гражданственности и сущности предпринимательства. Сегодня, по всей видимости, возобновление этой тематики востребовано. Отметим, что дискуссия о моральном статусе корпорации не нова, берет свое начало в 70-х гг. XX века и связана с работами Дж. Ладда и П. Френча. При этом, если Дж. Ладд (Ladd, 1970) отрицал возможность моральной ответственности для корпорации в целом и для ее отдельных менеджеров, то П. Френч (French, 1979), напротив, обосновывал постулат о том, что корпорации являются моральными агентами и имеют определенные права и обязанности. Консенсус в понимании морального статуса корпорации не был достигнут, и хотя интерес к этой теме несколько угас, однако полностью не исчез (Mansell et al., 2019).

Таким образом, дискурс корпоративной гражданственности сегодня не является изолированным научно-исследовательским феноменом, но может актуализироваться параллельно с другими сопряженными и важными для бизнеса дискурсами, например морального статуса корпорации.

Заключение

Проведенное исследование позволило сделать ряд значимых выводов. Прежде всего оно показало, что, несмотря на довольно внушительный генезис представлений о корпоративной гражданственности, ни в научных кругах, ни в бизнес-сообществе не сложилось единого, универсального ее понимания. Не идентифицированы и критерии, дифференцирующие корпоративную гражданственность от других близких концепций и практик, реализуемых компаниями. Возможности, условия распространения ее идей и принципов в бизнес-среде, а также детерминирующие факторы принятия идей корпоративной гражданственности бизнесом в научно-исследовательском дискурсе практически не раскрыты.

Такой дискурс, сохраняя на протяжении ряда лет стабильную научную значимость, тем не менее в последние годы теряет свою объемность — число публикаций по данной теме снижается. При этом он более масштабен в зарубежных исследованиях. Безусловно, санкции в отношении России и невозможность в связи с этим получить полный доступ к крупнейшим и наиболее значимым международным базам цитирования Web of Science и Scopus накладывают определенные ограничения на наше исследование в части научного обзора зарубежного сегмента дискурса. В дальнейших исследованиях при условии снятия наложенных на академическую сферу России санкций это ограничение может быть преодолено.

Характеризуясь представленностью в ряде предметных областей, дискурс корпоративной гражданственности практически не охватывает предметную область «Демография». Неконцептуализированность корпоративной гражданственности в демографической сфере затрудняет ее восприятие бизнесом и не способствует его активному включению в решение демографических проблем страны.

Полученные результаты, на наш взгляд, обладают как научной, так и практической значимостью. С научно-теоретических позиций значимость исследования состоит в восполнении недостатка научных обзоров в сфере корпоративной гражданственности, развитии научного знания в сфере стратегического управления предприятием и постановке вопроса о концептуализации востребованного сегодня направления исследований, связанного с корпоративной гражданственностью (особенно в сфере демографии).

Практическая значимость работы определяется возможностью использования результатов другими авторами, занимающимися вопросами корпоративной гражданственности и смежных тем. Полученные результаты дают ориентиры в отношении возможных научно-исследова-

тельских коллабораций (на основе выявленных центров развития данной тематики и ведущих исследователей), подбора журналов для публикации результатов исследований (с учетом выявленных журналов с наибольшей представленностью статей по данной теме), направлений дальнейшего развития темы (на основе выявленных проблем и недостатков научного дискурса корпоративной гражданственности).

Практическая значимость исследования также связана с тем, что систематизация и концептуализация данной предметной области будет способствовать более активному продвижению идей и принципов корпоративной гражданственности на российских предприятиях, более активному включению российского бизнеса в решение национальных стратегических задач России.

Литература

- Абрамов Р.Н. (2005). Корпоративная социальная ответственность как пример организационного изоморфизма в условиях глобализации // Журнал исследований социальной политики. Т. 3. № 3. С. 327–334.
- Адова И.Б., Ибрагимов Г.Н. (2021). Феномен корпоративного гражданства в научных исследованиях российских ученых // Вестник Томского государственного университета. Экономика. № 56. С. 152–166. DOI: 10.17223/19988648/56/12
- Асаул А.Н., Веткина А.В. (2022). Современная стратегия предпринимательства: рационально-социальная целостность и ценность // Фундаментальные исследования. № 7. С. 7–11. DOI: 10.17513/fr.43275
- Багирова А.П. (2025). Корпоративная гражданственность в демографической сфере как новая тема исследований в современной России // Народонаселение. Т. 28. № 1. С. 27–39. DOI: 10.24412/1561-7785-2025-1-27-39
- Багирова А.П., Вавилова А.С., Бледнова Н.Д. (2024). Корпоративная демографическая политика как инструмент реализации стратегических интересов государства, бизнеса и персонала // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 17. № 3. С. 137–153. DOI: 10.15838/esc.2024.3.93.8
- Баев П.Г. (2023). Гражданская и национальная идентичность россиян // Социология. № 4. С. 69–76.
- Вавилова А.С., Багирова А.П. (2022). Поддержка молодой семьи как перспективное направление социальной ответственности бизнеса // Семья и преемственность поколений: материалы Международного симпозиума, г. Иваново – Плещ, 30 сентября – 1 октября 2022 г. Иваново: Ивановский гос. ун-т. С. 65–71.
- Ветошкин А.П., Каратеева Н.А., Миняйло А.М. (2008). Духовно-нравственная экономика: монография. Екатеринбург: Изд-во УрГУ. 702 с.
- Грекова Г.И., Кузьмин А.В. (2012). Корпоративное гражданство: концептуализация понятия и этапы формирования // Вестник Института экономики и управления Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. № 1. С. 13–20.
- Егорова Ю.М. (2013). Устойчивое развитие региона на основе корпоративной социальной ответственности // Экономические системы. № 2. С. 5–10.
- Зауторова Э.В., Макеева И.А. (2016). Гражданственность как междисциплинарная категория и интегративная характеристика личности // Вестник института: преступление, наказание, исправление. № 35. С. 94–99.

- Иваницкий В.Л., Шишкарёв С.Н. (2024) Корпоративный демографический стандарт: лучшие практики ответственного бизнеса по материалам ЭКГ-рейтинга. М.: ДПК Пресс. 160 с.
- Киварина М.В. (2016). Корпоративное гражданство: современный способ ведения бизнеса // Российское предпринимательство. Т. 17. № 19. С. 2485–2494. DOI: 10.18334/гр.17.19.36582
- Косоруков А.А. (2017). Корпоративное гражданство как форма социального партнерства государства и бизнеса в публичной сфере // Социодинамика. № 10. С. 45–58. DOI: 10.25136/2409-7144.2017.10.21739
- Кузьмин А.В. (2013). Формирование концепции корпоративного гражданства в России // Российское предпринимательство. № 2 (243). С. 108–115.
- Лубский А.В., Мамина Д.А. (2019). Гражданственность в молодежной среде как предмет теоретико-методологического дискурса // Социально-гуманитарные знания. № 7. С. 69–78.
- Матвеева Е.В. (2014). Корпоративное гражданство как философия социально ответственного бизнеса: новый уровень развития // Актуальные проблемы экономики и права. № 2 (30) С. 49–54.
- Никифоров Ю.Н., Скалина А.Н. (2007). О понятии «Гражданственность» // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. № 2-2. С. 155–159.
- Перегудов С.П., Семененко И.С. (2008). Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. М.: Прогресс-Традиция. 447 с.
- Петухов К.А. (2010). Феномен корпоративной социальной ответственности в странах Запада // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. № 3. С. 104–119.
- Ростовская Т.К., Шабунова А.А., Багирова А.П. (2021). Концепция корпоративной демографической политики российских организаций в контексте социальной ответственности бизнеса // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 14. № 5. С. 151–164. DOI: 10.15838/esc.2021.5.77.9
- Сазанова С.Л. (2016). Эволюция ценностей и стимулов хозяйствования в России (XIX–XXI вв.): содержание, основные этапы. Факторы динамики предпринимательства и предпринимательской деятельности в России // Вестник университета. № 12. С. 26–31.
- Тетерюк А.С. (2017). Особенности развития GR-связей с государственными органами в России в контексте корпоративного гражданства // Политика и общество. № 3. С. 76–91. DOI: 10.7256/2454-0684.2017.3.22234
- Тобышева А.А., Шубат О.М. (2024). Корпоративная демографическая политика: детерминанты и практики // Human Progress. Т. 10. Вып. 1. С. 1–15. DOI: 10.34709/IM.1101.6
- Христова Х.А. (2020). Корпоративное гражданство как конкурентное преимущество // Научные вести. № 3. С. 177–187.
- Черепанова Н.В. (2015). Корпоративное гражданство и корпоративная социальная ответственность: особенности реализации // Молодой ученый. № 12. С. 519–521.
- Шубат О.М., Багирова А.П., Янь Д. (2022). Корпоративная политика, ориентированная на семьи работников: потенциал внедрения в российских регионах // Экономика региона Т. 18. Вып. 4. С. 1121–1134. DOI: 10.17059/ekon.reg.2022-4-11
- Bourhis A., Mekkaoui R. (2010). Beyond work-family balance: Are family-friendly organizations more attractive? *Relations Industrielles / Industrial Relations*, 65(1), 98–117.
- Breaugh J.A., Frye N.K. (2007). An examination of the antecedents and consequences of the use of family-friendly benefits. *Journal of Managerial Issues*, 19(1), 35–52.
- Carroll A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505. DOI: 10.2307/257850
- Carroll A.B. (1998). The four faces of corporate citizenship. *Business and Society Review*, 100–101, 1–7. DOI: 10.1111/0045-3609.00008
- French P. (1979). The corporation as a moral person. *American Philosophical Quarterly*, 16(3), 207–215.
- Gardberg N.A., Fombrun C.J. (2006). Corporate citizenship: Creating intangible assets across institutional environments. *Academy of Management Review*, 31, 329–346. DOI: 10.5465/AMR.2006.20208684
- Kim J.S., Yeo Y.H. (2019). Family-friendly policy and childbirth intention: Mediating effect of family life satisfaction. *Asia Life Sciences*, 3, 75–84.
- Ladd J. (1970). Morality and the ideal of rationality in formal organizations. *The Monist*, 54(4), 488–516.

- Latapi Agudelo M.A., Jóhannsdóttir L., Davíðsdóttir B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal Corporate Social Responsibility* 4, 1. DOI: 10.1186/s40991-018-0039-y
- Maignan I., Ferrell O.C., Hult G.T.M. (1999). Corporate citizenship: Cultural antecedents and business benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27, 455–469. DOI: 10.1177/0092070399274005
- Mansell S., Ferguson J., Gindis D. et al. (2019). Rethinking corporate agency in business, philosophy, and law. *Journal of Business Ethics*, 154(4), 893–899. DOI: 10.1007/s10551-018-3895-1
- Marsden C., Andriof J. (1998). Towards an understanding of corporate citizenship and how to influence it. *Citizenship Studies*, 2(2), 329–352. DOI: 10.1080/13621029808420686
- Matten D., Crane A. (2005). Corporate citizenship: toward and extended theoretical conceptualization. *Academy of Management Review*, 30, 166–179. DOI: 10.5465/AMR.2005.15281448
- Mirvis P.H., Googins B. (2006). Stages of Corporate Citizenship. *California Management Review*, 48, 104–126. DOI: 10.2307/41166340
- Okoye A. (2009). Theorising corporate social responsibility as an essentially contested concept: Is a definition necessary? *Journal of Business Ethics*, 89, 613–627. DOI: 10.1007/s10551-008-0021-9
- Park J.G., Park K., Noh H., Kim Y.G. (2023). Characterization of CSR, ESG, and corporate citizenship through a text mining-based review of literature. *Sustainability*, 15(5), 3892. DOI: 10.3390/su15053892
- Rego A., Leal S., Pina e Cunha M. (2011). Rethinking the employees' perceptions of corporate citizenship dimensionalization. *Journal of Business Ethics*, 104, 207–218. DOI: 10.1007/s10551-011-0899-5
- Rendtorff J.D. (2019). The concept of business legitimacy: Corporate social responsibility, corporate citizenship, corporate governance as essential elements of ethical business legitimacy. In: Crowther D., Seifi S., Wond T. (Eds). *Responsibility and Governance: The Twin Pillars of Sustainability*, Springer: Singapore.
- Valor C. (2005). Corporate social responsibility and corporate citizenship: Towards corporate accountability. *Business and Society Review*, 110, 191–212. DOI: 10.1111/j.0045-3609.2005.00011.x
- Waddell S. (2000). New institutions for the practice of corporate citizenship: Historical, intersectoral, and developmental perspectives. *Business and Society Review*, 105(1), 107–126. DOI: 10.1111/0045-3609.00067
- Waddock S. (2008). The development of corporate responsibility/corporate citizenship. *Organization Management Journal*, 5(1), 29–39.

Сведения об авторах

Оксана Михайловна Шубат — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (Российская Федерация, 620062, г. Екатеринбург, ул. Мира, д. 19; e-mail: o.m.shubat@urfu.ru)

Анастасия Андреевна Радишевская — аспирант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (Российская Федерация, 620062, г. Екатеринбург, ул. Мира, д. 19; e-mail: tobysheva.a.a@internet.ru)

Shubat O.M., Radishevskaya A.A.

Corporate Citizenship: An Overview of Scientific Publications

Abstract. The negative demographic dynamic observed in Russia, despite the government's efforts to handle it, requires the development and implementation of new, more effective tools that can change the situation. One of these tools is to promote business participation in addressing the country's demographic problems based on the development of ideas and principles of corporate citizenship. The aim of the study is to review and analyze the scientific and research discourse on corporate citizenship with an emphasis on the demographic segment of this discourse. The research methodology includes scientific review of publications on corporate citizenship based on quantitative (scientometric analysis) and qualitative (content-semantic analysis of documents) methods. We reveal that the scientific and research discourse

on corporate citizenship, while maintaining a stable scientific significance for a number of years, has been shrinking over recent years. At the same time, it is more widespread in foreign studies. Corporate citizenship is an insufficiently developed concept, it lacks a clear definition, understanding of its essence and determinants. In the demographic sphere, corporate citizenship is not conceptualized. In the course of the analysis, we identify trends in the development of the discourse, and compile a scientometric portrait of Russian publications on this topic. The inability to gain full access to the international citation databases Web of Science and Scopus due to the sanctions imposes certain restrictions on our research regarding the scientific review of the foreign segment of the discourse. From a scientific and theoretical perspective, the significance of the work lies in filling in the lack of scientific reviews in the field of corporate citizenship, raising the issue of conceptualizing this phenomenon and intensifying its research. Practical significance is determined by the possibility of using the findings by other authors dealing with issues of corporate citizenship and related topics. The systematization and conceptualization of this subject area will contribute to a more active promotion of the ideas and principles of corporate citizenship in Russian enterprises, as well as a more active involvement of Russian business in solving Russia's national strategic tasks.

Key words: corporate citizenship, corporate demographic policy, entrepreneurship, scientometric analysis, scientific review.

Information about the Authors

Oksana M. Shubat – Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor, professor of department, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin (19, Mira Street, Yekaterinburg, 620062, Russian Federation; e-mail: o.m.shubat@urfu.ru)

Anastasiya A. Radishevskaya – postgraduate student, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin (19, Mira Street, Yekaterinburg, 620062, Russian Federation; e-mail: tobysheva.a.a@internet.ru)

Статья поступила 18.05.2025.