



САРКИСОВ Вячеслав Александрович
кандидат культурологии, доцент кафедры истории,
культурологии и музееведения
Краснодарского государственного института культуры
Краснодар, Россия
Vyacheslav A. SARKISOV
Cand. Sci. (Theory and History of Culture), Assoc. Prof.,
Department of History, Cultural Studies and Museology,
Krasnodar State Institute of Culture,
Krasnodar, Russia
dekan-fndo@yandex.ru



УДК [069.02:7]:351.85(470-13)
ГРНТИ 13.51.11
ВАК 24.00.03

Художественные музеи Юга России в системе прикладных задач культурной политики: специфика корпоративной социальной ответственности

В статье анализируется соотношение явной и неявной корпоративной социальной ответственности художественных музеев Юга России, выраженное в контенте их официальных сайтов. Автором рассмотрены структура и содержание официальных Интернет-представительств центральных и региональных художественных музеев. Сделан вывод о том, что создание и развитие web-сайтов является инициативой самих учреждений и свидетельствует о субъектности их создателей в культурной политике государства. Выявлены недостатки официальных представительств музейных учреждений. Подчеркнута продуктивность качественного дискурс-анализа «сообщений» субъектов политического дискурса в сети Интернет с прагматических позиций. Утверждается, что отсутствие бюджетного стимулирования развития информационной среды региональных художественных музеев приводит к их ориентации на собственные прагматические соображения и представления о корпоративной социальной ответственности. Указано на необходимость проведения замеров показателей культурного развития и на перспективность внедрения рейтинговой оценки

Art Museums of the South of Russia in the System of Applied Tasks of Cultural Policy: Specificity of Corporate Social Responsibility

The problem posed in the article is the ratio of explicit and implicit corporate social responsibility of individual art museums in southern Russia, expressed in the content of their official sites. The author reviewed the structure and content of official Internet sites of central and regional art museums. It was concluded that the creation and development of the websites is an initiative of the institutions themselves and indicates the subjectivity of their creators in the cultural policy of the state. Identified the shortcomings of the official sites of museum institutions. The productivity of the qualitative discourse analysis of the "messages" of the subjects of political discourse on the Internet from a pragmatic standpoint is underlined. It is argued that the lack of budgetary incentives for the development of the information environment of regional art museums leads to their orientation towards their own pragmatic considerations and ideas about CSR. It is pointed out the need to measure cultural development indicators and the promise for introducing a rating assessment of the work of the authorities of the regions, stimulating their competitiveness.

работы властей регионов, стимулирующей их состоятельность.

Ключевые слова: культура, культурная жизнь, культурная политика, официальный сайт, художественные музеи, Юг России, дискурс, субъектность, региональная политика, корпоративная социальная ответственность.

Keywords: culture, cultural life, cultural policy, official site, art museums, South of Russia, discourse, subjectivity, regional policy, CSR.

Культурная политика современного российского государства основана на понимании социальных функций культуры, а также необходимости сохранения и реализации ресурсного потенциала культурного наследия. Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 г., утвержденная Правительством России [12] основывается на Конституции, опирается на Указ Президента [17], входит в комплекс концептуальных документов, обеспечивающих конституционный строй и суверенитет Российской Федерации и декларирует многообразие субъектов культурной политики: «В Российской Федерации (в отличие от советской модели культурной политики, в которой государство являлось ключевым и часто единственным субъектом культурной политики) существует закрепленное нормами права многообразие субъектов культурной политики» [12]. Художественный музей является, с одной стороны, одним из механизмов реализации государственной культурной политики, т. е. объектом последней, с другой — ее субъектом. Представляется очевидной зависимость эффективности культурной политики от активности ее отдельных субъектов. Между тем одним из проблемных вопросов реализации современной модели культурной политики России остается наследие советской эпохи, выраженное в иждивенческой позиции и патерналистских ожиданиях по отношению к государству со стороны отдельных учреждений культуры. И здесь субъектность художественных музеев в вопросах решения прикладных задач культурной политики является показателем уровня их социальной ответственности, многократно увеличивающей эффективность государственных инвестиций.

Проблема социальной ответственности организаций (за рубежом обозначенная как проблема корпоративной социальной

ответственности) активно изучается в междисциплинарной области социальных наук на основе теории социального дискурса и достижений современной коммуникативистики (Л. Т. Кристенсен, С. Шаефер, М. Морсинг и др.). Рассмотрим соотношение *явной* и *неявной* корпоративной социальной ответственности на примере отдельных художественных музеев Юга России в системе прикладных задач государственной культурной политики.

Разделение *явной* и *неявной* корпоративной социальной ответственности основано на дихотомии «языка» и «речи» (Ф. де Соссюр [15] и др.), а также на обнаруженной проблеме перформативности заявлений о социальной ответственности, не всегда соответствующих конкретным социальным действиям [21].

В отечественной науке исследования перформативности не последнее место занимают в работах ученых Юга России: И. В. Четыркиной, Е. Н. Лучинской и И. Б. Сизоненко, Е. Н. Горбачевой и др. В целом в отечественной коммуникативистике этот феномен рассматривается в аспекте влияния речевого дискурса на социальное действие (Н. Н. Белозерова, Т. Н. Журавская, С. Г. Проскурин, Н. П. Рыжова, П. А. Сафронов, Г. Б. Юдин и др.). Хотя под перформативностью также понимается и выразительность сценического действия или комплекса выразительных средств за пределами речевого акта (В. Н. Алесенкова, А. И. Андреев, С. С. Соковиков и др.). Близость понятий, производных от общего «*performance*», очевидна. Но в нашем случае следует указать на различия.

Перформативность в корпоративной социальной ответственности — соответствие слова и дела в заявлениях о социальной ответственности, указывает на *явный* ее характер, (в системе прикладных задач культурной политики подчеркивает их продуктивность).

Неявная корпоративная социальная ответственность не декларируется и требует качественного анализа, дешифровки «высказываний» ее субъектов. В нашем случае такими субъектами выступают социально ориентированное российское государство, декларирующее социальную ответственность в программных документах культурной политики, и музеев, как один из институтов культурной жизни, стремящейся к отражению своей деятельности в глобальном информационном пространстве.

Возникает феномен *неявной* корпоративной социальной ответственности, по мнению зарубежных ученых (Л. Т. Кристенсен [18] и др.), в результате конфликта интересов высшего руководства и менеджмента среднего и низшего звена, когда ответственность последними понимается иначе, но в силу дисциплинарных механизмов (в нашем случае государственных) не заявляется как принципиальная позиция, реализуясь в деятельности. По исследованию М. Морсинг и Л. Дж. Спенс [20], *неявная* корпоративная социальная ответственность остается преимущественным способом вклада в улучшение общества хозяйствующими субъектами за рубежом.

Рассмотрим соотношение *явной* и *неявной* корпоративной социальной ответственности на примере контента официальных сайтов «Астраханской государственной картинной галереи имени П. М. Догадина» [1], «Ростовского областного музея изобразительных искусств» [14], «Краснодарского краевого художественного музея имени Ф. А. Коваленко» [9] и «Сочинского художественного музея» [16].

Первое что бросается в глаза — это скромность дизайнерского воплощения сайтов региональных музеев по сравнению, например, с сайтами Русского [4] или Пушкинского [3] музеев в Санкт-Петербурге. Наличие и модернизация сайтов художественных музеев соответствует стратегическим задачам государственной культурной политики в направлениях: создание единой информационной среды для укрепления культурной идентичности россиян, обеспечение общедоступности культурных ценностей, продвижение российских культурных ценностей на между-

народной арене, развитие образовательной и просветительской среды и пр.

Информатизация системы государственного управления обусловила внедрение с 2013 г. государственной интегрированной информационной системы управления общественными финансами «Электронный бюджет» [8]. Анализ государственных заданий рассматриваемых художественных музеев свидетельствует о том, что создание и развитие их официальных сайтов является инициативой самих учреждений. То есть наличие анализируемых сайтов является свидетельством субъектности их создателей в культурной политике государства. А вот отсутствие государственных заданий по развитию информационной среды музеев и бюджетных ассигнований на эти цели соответственно расходится с провозглашенной государством доктриной по ряду вышеперечисленных пунктов. Налицо противоречие между *явной* и *неявной* корпоративной социальной ответственностью со стороны руководства, контролирующего государственный заказ художественных музеев. Следует ли ожидать перформативности стратегических задач государственной политики в такой ситуации?

Очевидно, что без бюджетного стимулирования развития информационной среды региональных художественных музеев последние будут ориентироваться на собственные прагматические соображения и представления.

В частности, обратим внимание, что отсутствие ресурсов (финансовых, технических, кадровых и пр.) для качественной популяризации коллекций региональных музеев компенсируется саморекламой учреждений (или даже их сотрудников) и размещением на страницах сайтов копий документов из «Электронного бюджета». Отметим, что самореклама¹ оправдана стремлением привлечения внебюджетных средств.

¹ Здесь необходимо разграничивать продуктивные маркетинговые технологии, повышающие социальный статус художественного музея, и ущербные (непродуктивные), подрывающие тот же статус. Продуктивный маркетинг в системе художественных музеев мира опирается на пропаганду культурного наследия и просветительскую деятельность учреждений, ведь основной продукт музея — культурная ценность коллекций, зависящая прежде всего от степени её актуализации в культурной жизни общества.

Информатизация, как одно из приоритетных направлений государственной политики, нацелена на интенсификацию управления, в том числе и на снижение сопутствующих нерациональных ресурсных расходов. Фотокопии же канцелярских бумаг на сайтах художественных музеев Юга России *неявно* свидетельствуют о двойной системе отчетности: электронной и бумажной. Что говорит об удвоении нецелевых ресурсных затрат. Трудно себе представить объемы подобных нерациональных расходов, если такое происходит в масштабах всей страны, во всех регионах, во всех бюджетных организациях: сколько впустую тратиться бумаги, чернил, рабочего времени и энергоресурсов... То есть, речь идет уже не о социальной ответственности, а о социальной безответственности перед современниками, в плане неэффективного расходования бюджета, и перед грядущими поколениями, которые будут вынуждены обслуживать или утилизировать колоссальные объемы информации на цифровых и бумажных носителях, не имеющей никакого отношения к культурному наследию. Если система «Электронный бюджет» исправно функционирует, зачем дублировать отчетную информацию на сайтах, предназначенных для популяризации культурного наследия?

Хочется надеяться, что обозначенная проблема является преходящей, то есть относится к издержкам роста (развития), и на следующем этапе интенсификации управления технически преодолима.

Целерациональная организация и целенаправленное развитие контента официального сайта представляется одной из важных прикладных задач культурной политики художественного музея. В условиях интенсивной информатизации общества ее решение обеспечивает комплексный подход к сохранению и актуализации культурного наследия. Вместе с тем, в анализируемом нами контенте нет сведений об организации и проведении методических мероприятий по проблемам развития информационного пространства современного художественного музея, хотя музеям друг у друга есть чему поучиться.

Так, к примеру, слабее остальных разработан сайт Астраханской государственной

картинной галереи имени М. П. Догадина [1], но и в его конструктивном решении есть рациональное зерно: сайт интегрирован скачественно исполненным ООО «Музей Плюс» ресурсом «Дом-музей Велимира Хлебникова» [7] и малоинформативными сайтами «Дом-музей Б. М. Кустодиева» [6] и «МКЦ Дом купца Г. В. Тетюшинова» [10]. Интегрирован слабо, нет обратной навигации на сайт галереи. Но идея взаимной интеграции сайтов близких по целевым установкам корпоративной социальной ответственности организаций весьма продуктивна. Хотя руководству и специалистам астраханской галереи есть чему учиться у краснодарских и ростовских коллег, последовательно осуществляющих репрезентацию своих коллекций и других достижений в сети. Управление обширной сетью родственных ресурсов может быть экономически выгодно при сохранении на них общего рекламного пространства, ценность которого, в свою очередь, определялась бы исключительным положением в специфически ценной информационной среде художественных музеев региона.

Немаловажным упущением представляется отсутствие на изученных сайтах художественных музеев Юга России иноязычных версий контента. На сайте Русского музея есть англоязычная версия, а Пушкинский музей помимо русского представлен на английском, итальянском, немецком, французском, испанском, китайском и японском языках. Упущение региональных музеев *явно* свидетельствует об их ориентации, прежде всего, на внутренний рынок услуг. Но нужно обратить внимание и на *неявный* аспект. Продвижение информации о коллекциях региональных музеев в глобальном информационном пространстве на других языках не только привлекает иностранных туристов, то есть может быть экономически выгодно, но и усиливает культурную ценность пропагандируемых объектов хранения и экспонирования, что положительно влияет и на внутреннее потребление, и на совокупную ценность всего культурного наследия России. В контексте прикладных задач культурной политики многоязычный контент сайтов художественных музеев соответствует стратегии продвижения ценностей российской культуры на международной арене.

Из четырех проанализированных сайтов два (ростовского и краснодарского музеев) свидетельствуют о высоком уровне субъектности учреждений. Критерием такой оценки является целерациональное использование информационного пространства для продвижения культурных ценностей. Конечно, этот факт не исключает субъектности астраханского и сочинского музеев за пределами анализируемого информационного пространства, но свидетельствует о низкой информационной культуре менеджмента, об отсутствии одного из механизмов обеспечения комплексного подхода к сохранению и актуализации культурного наследия.

Конечно, можно сослаться на трудности начального этапа. Только сайт Астраханской галереи создан при поддержке «Информационной сети RD» еще в 2012 г. При их же поддержке были созданы пустые сайты Дома Кустодиева (2011) и Дома Тютюшинова (2012). Сайт Дома Хлебникова (2016), хоть и создан позже, отличается содержательностью, наличием англоязычной версии, качественным дизайнерским и архитектурным решением, не уступающим питерским сайтам. Очевидно, что «Музей Плюс» больше заботится о своем престиже нежели «Информационная сеть RD». Качество сайта сочинского музея резко контрастирует с качеством сайта городской администрации и управления культуры. Это обстоятельство свидетельствует о том, что город не обременен обязательствами корпоративной социальной ответственности по отношению к музею. К примеру, реклама выставки В. Пустовалова «Образы театральной реальности» в Сочинском художественном музее размещена вообще не на сайте

музея, а на страницах управления культуры [11].

Таким образом, продуктивность качественного дискурс-анализа *явной* и *неявной* корпоративной социальной ответственности на материале обозначенного контента заключается в характеристике отдельных субъектов политического дискурса с прагматических позиций. Не следует идеализировать влияние ценностного комплекса этого феномена на общество. По мысли М. Фуко, вне зависимости от провозглашенных норм субъекты дискурса всегда стремятся избежать дисциплинарной ответственности за их нарушение несмотря на то, что сами устанавливают их и регулируют [19]. Государство позиционирует себя актором культурной политики, руководящим субъектом социального дискурса, но это не означает, что деятельность госслужащих полностью подчинена заявленным нормам. Скорее наоборот, государство, экономя свои ресурсы, реализацию поставленных задач перекладывает на иных субъектов.

Конечно же, замеры показателей культурного развития необходимы [13]. Перспективной видится и рейтинговая оценка работы властей регионов, стимулирующая их состоятельность [5], особенно если принять, что символизация успеха предопределяет ориентацию социальных субъектов в социокультурной среде [2]. Но было бы наивно полагать, что абсолютно все субъекты культурной политики прислушаются кученым. Исследования нужны только субъектам, реально обеспечивающим перформативность государственной культурной политики, остальные же лишь стремятся избежать дисциплинарной ответственности и вряд ли будут рады разоблачению их бездействия.

Использованная литература:

1. Астраханская государственная картинная галерея имени П. М. Догадина [Электронный ресурс]. URL: <http://agkg.ru/> (дата обращения 30.01.19).
2. Бакуменко Г. В. Процесс символизации успеха как принцип пространственно-средовой ориентации элементов социокультурных систем // Политика и общество. 2015. № 7. С. 964–977.
3. Государственный музей изобразительных искусств имени А. С. Пушкина [Электронный ресурс].

References:

1. *Astrakhanskaya gosudarstvennaya kartinnaya galereya imeni P.M.Dogadina* [The Dogadin Astrakhan State Art Gallery]. <http://agkg.ru/>. Accessed January 30, 2019.
2. Bakumenko, G. V., Protsess simvolizatsii uspekha kak printsip prostranstvenno-sredovoy orientatsii ehlementov sotsiokul'turnykh sistem [The Process of Symbolizing Success as a Principle of Spatial-Environmental Orientation of the Elements of Sociocultural Systems], *Politika i obshchestvo*, 2015, no. 7, pp. 964-977.

URL: <https://pushkinmuseum.art/> (дата обращения 30.01.19).

4. Государственный Русский музей [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rusmuseum.ru/> (дата обращения 30.01.19).

5. Гуров М. Б., Филатова Н. В. Методика оценки эффективности работы региональных властей по показателю «культурное наследие»: проект // Культурное наследие России. 2017. № 1(17). С. 13–19.

6. Дом-музей Б. М. Кустодиева. Филиал Астраханской государственной картинной галереи имени П.М. Догадина [Электронный ресурс]. URL: <http://ast-kustodiev.ru/> (дата обращения 30.01.19).

7. Дом-музей Велимира Хлебникова. Филиал Астраханской государственной картинной галереи имени П. М. Догадина [Электронный ресурс]. URL: <http://www.domvelimira.ru/> (дата обращения 30.01.19).

8. Единый портал бюджетной системы Российской Федерации «Электронный бюджет» [Электронный ресурс]. URL: <http://budget.gov.ru/epbs/> (дата обращения 30.01.19).

9. Краснодарский краевой художественный музей имени Ф. А. Коваленко [Электронный ресурс]. URL: <http://kovalenkomuseum.ru/> (дата обращения 30.01.19).

10. Музейно-культурный центр «Дом купца Тетюшинова». Филиал Астраханской государственной картинной галереи имени П. М. Догадина [Электронный ресурс] URL: <http://tetushinov.ru/> (дата обращения 30.01.19).

11. Образы театральной реальности [Электронный ресурс] // Управление культуры администрации города Сочи. URL: <http://kultura.sochi.ru/afisha/77> (дата обращения 30.01.19).

12. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 февраля 2016 г. № 326-р «Об утверждении Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 г.» [Электронный ресурс] // Правительство Российской Федерации. URL: <http://static.government.ru/media/files/AsA9RAyYVAJnoBuKgH0qEJA9Ixp7f2xm.pdf> (дата обращения 30.01.19).

13. Региональная культурная политика: методология, институты, практики: ценностно-нормативный подход: монография / отв. ред. А. Л. Зорин. М.: Ин-т Наследия, 2019.

14. Ростовский областной музей изобразительных искусств [Электронный ресурс]. URL: <http://www.romii.ru/> (дата обращения 30.01.19).

15. Соссюр Ф. Курс общей лингвистики / под ред. и с примеч. Р. И. Шор. М.: URSS, 2004.

16. Сочинский художественный музей [Электронный ресурс]. URL: <http://sochiartmuseum.com/> (дата обращения 30.01.19).

17. Указ Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 г. № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики» [Электронный ресурс] // Президент Российской Федерации. URL: <http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201412250002.pdf> (дата обращения 30.01.19).

18. Christensen L. T., Morsing M., Thyssen O. License to critique: A communication perspective on sustainability

3. *Gosudarstvennyy muzey izobrazitel'nykh iskusstv imeni A. S. Pushkina* [The Pushkin State Museum of Fine Arts]. <https://pushkinmuseum.art/>. Accessed January 30, 2019.

4. *Gosudarstvennyy Russkiy muzey* [The State Russian Museum]. <http://www.rusmuseum.ru/>. Accessed January 30, 2019.

5. Gurov, M. B. and Filatova, N. V., Metodika otsenki ehffektivnosti raboty regional'nykh vlastey po pokazatelyu "kul'turnoe nasledie": proekt [Methodology for Assessing the Effectiveness of Regional Authorities on the Cultural Heritage: Project], *Kul'turnoe nasledie Rossii*, 2017, no. 1(17), pp. 13–19.

6. *Dom-muzey B.M. Kustodieva. Filial Astrakhanskoy gosudarstvennoy kartinnoy galerei imeni P. M. Dogadina* [The House Museum of B. M. Kustodiev. The Branch of the Dogadin Astrakhan State Art Gallery]. <http://ast-kustodiev.ru/>. Accessed January 30, 2019.

7. *Dom-muzey Velimira Khlebnikova. Filial Astrakhanskoy gosudarstvennoy kartinnoy galerei imeni P.M. Dogadina* [The House Museum of Velimir Khlebnikov. The Branch of the Dogadin Astrakhan State Art Gallery]. <http://www.domvelimira.ru/>. Accessed January 30, 2019.

8. *Edinyy portal byudzhetoynoy sistemy Rossiyskoy Federatsii "Elektronnyy byudzhel"* [Single Portal of the Budget System of the Russian Federation "Electronic budget"]. <http://budget.gov.ru/epbs/>. Accessed January 30, 2019.

9. *Krasnodarskiy kraevoy khudozhestvennyy muzey imeni F.A. Kovalenko* [The Kovalenko Krasnodar Regional Art Museum]. <http://kovalenkomuseum.ru/>. Accessed January 30, 2019.

10. *Muzeyno-kul'turnyy tsentr "Dom kuptsa Tetyushinova". Filial Astrakhanskoy gosudarstvennoy kartinnoy galerei imeni P.M. Dogadina* [Museum Cultural Center "House of the Merchant Tetyushinov". The branch of the Dogadin Astrakhan State Art Gallery]. <http://tetushinov.ru/>. Accessed January 30, 2019.

11. *Obrazy teatral'noy real'nosti* [Images of Theatrical Reality], in *Upravlenie kul'tury administratsii goroda Sochi*. <http://kultura.sochi.ru/afisha/77>. Accessed January 30, 2019.

12. *Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 29 fevralya 2016 goda № 326-r "Strategiya gosudarstvennoy kul'turnoy politiki na period do 2030 goda"* [Order of the Government of the Russian Federation of February 29, 2016 No. 326-p "Strategy of the State Cultural Policy for the Period until 2030"], in *Pravitel'stvo Rossiyskoy Federatsii*. <http://static.government.ru/media/files/AsA9RAyYVAJnoBuKgH0qEJA9Ixp7f2xm.pdf>. Accessed January 30, 2019.

13. *Regional'naya kul'turnaya politika: metodologiya, instituty, praktiki: tsennostno-normativnyy podkhod* [Regional Cultural Policy: Methodology, Institutions, Practices: Value-Normative Approach]: *monograf*, Zorin, A. L., Ed., Moscow: Institut Naslediya, 2019.

14. *Rostovskiy oblastnoy muzey izobrazitel'nykh iskusstv* [Rostov Regional Museum of Fine Arts]. <http://www.romii.ru/>. Accessed January 30, 2019.

15. *Saussure, F., Kurs obshchey lingvistiki* [Course in General Linguistics], Shor, R. I., Ed., Comments, Moscow: URSS, 2004.

16. *Sochinskiy khudozhestvennyy muzey* [Sochi Art Museum]. <http://sochiartmuseum.com/>. Accessed January 30, 2019.

standards // *Business Ethics Quarterly*. 2017. No 27 (2). P. 239–262.

19. Foucault M. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison* / Translated by A. Sheridan. N. Y.: Pantheon, 1977.

20. Morsing M., Spence L. J. Corporate social responsibility (CSR) communication and small and medium sized enterprises: The governmentality dilemma of explicit and implicit CSR communication [Electronic resource] // *Human Relations*. OnlineFirst. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0018726718804306> (date of access 30.01.19).

21. Schaefer S., Wickert C. On the potential of progressive performativity: Definitional purity, re-engagement and empirical points of departure // *Human Relations*. 2016. No 69 (2). P. 215–224.

17. Ukaz Prezidenta Rossiyskoy Federatsii ot 24 dekabrya 2014 goda № 808 “Ob utverzhdenii Osnov gosudarstvennoy kul’turnoy politiki” [Presidential Decree no. 808 of December 24, 2014 “On the Approval of the Basics of the State Cultural Policy”], in *Prezident Rossiyskoy Federatsii*. <http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201412250002.pdf>. Accessed January 30, 2019.

18. Christensen, L. T., Morsing, M. and Thyssen, O., License to critique: A communication perspective on sustainability standards, *Business Ethics Quarterly*, 2017, no. 27(2), pp. 239–262.

19. Foucault, M., *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, Sheridan, A., Transl., New York: Pantheon, 1977.

20. Morsing, M. and Spence, L. J., Corporate social responsibility (CSR) communication and small and medium sized enterprises: The governmentality dilemma of explicit and implicit CSR communication, *Human Relations*. OnlineFirst. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0018726718804306>. Accessed January 30, 2019.

21. Schaefer, S. and Wickert, C., On the potential of progressive performativity: Definitional purity, re-engagement and empirical points of departure, *Human Relations*, 2016, no. 69(2), pp. 215–224.

Полная библиографическая ссылка на статью:

Саркисов, В. А. Художественные музеи Юга России в системе прикладных задач культурной политики: специфика корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] / В. А. Саркисов // *Наследие веков*. – 2019. – № 1. – С. 139–145. URL: http://heritage-magazine.com/wp-content/uploads/2019/03/2019_1_Sarkisov.pdf (дата обращения дд.мм.гг).

Full bibliographic reference to the article:

Sarkisov, V. A., *Khudozhestvennyye muzei Yuga Rossii v sisteme prikladnykh zadach kul’turnoy politiki: spetsifika korporativnoy sotsial’noy otvetstvennosti* [Art Museums of the South of Russia in the System of Applied Tasks of Cultural Policy: Specificity of Corporate Social Responsibility], *Nasledie vekov*, 2019, no. 1, pp. 139–145. http://heritage-magazine.com/wp-content/uploads/2019/03/2019_1_Sarkisov.pdf. Accessed Month DD, YYYY.