

СОВРЕМЕННЫЕ РЕПУТАЦИОННЫЕ РИСКИ ШКОЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ И СПОСОБЫ ИХ МИНИМИЗАЦИИ

Сальникова Людмила Сергеевна,

кандидат социологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью МГИМО(У) МИД РФ, научный руководитель программы MBA Школы бизнеса и международных компетенций МГИМО(У) МИД РФ, e-mail: saluda@list.ru

В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ ВАЖНЕЙШИМ ФАКТОРОМ УСПЕШНОСТИ ЯВЛЯЕТСЯ ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ, КОТОРАЯ ПРЕВРАТИЛАСЬ В ГЛАВНЫЙ НЕМАТЕРИАЛЬНЫЙ АКТИВ. ПРИ ЭТОМ РЕПУТАЦИЯ СЕГОДНЯ ВСЁ БОЛЬШЕ ЗАВИСИТ ОТ РЯДА НОВЫХ УГРОЗ, НА КОТОРЫЕ ПОДЧАС НЕВОЗМОЖНО ПОВЛИЯТЬ, НО КОТОРЫЕ МОЖНО ПРЕДВИДЕТЬ И КОТОРЫМ НЕОБХОДИМО ПРОТИВОСТОЯТЬ. В СТАТЬЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ ОСНОВНЫЕ ВИДЫ РЕПУТАЦИОННЫХ РИСКОВ И ПРЕДЛАГАЮТСЯ ПУТИ ИХ МИНИМИЗАЦИИ.

• деловая репутация • репутационные риски • современные коммуникационные технологии
• цифровая среда • информационная открытость • общественное мнение • глобальное информационное пространство • информационная политика

Введение

До недавнего времени считалось, что школа живёт своей особой, достаточно обособленной жизнью. Её не затрагивают процессы, происходящие в глобальном мире: экономические спады и подъёмы, политические конфликты, социальные волнения. У школьного учреждения совсем другая задача — вырастить новое поколение образованных, мыслящих, ответственных членов общества, которым можно будет доверить будущее страны.

Нисколько не умаляя этой высокой и благородной миссии, приходится признать, что появление Интернета и цифровых технологий сделало невозможным существование отгороженных от реальности островков, где люди продолжают жить по старинке. Школа, как и любая другая сфера человеческой деятельности, включена в общий поток стремительных преобразований, свойственных цифровому обществу, которое характеризуется открытостью, свободным обменом информацией, использованием новейших информационно-коммуникационных технологий.

В цифровой экономике главным нематериальным активом организации становится её деловая репутация. Как известно, репутация (от англ. reputation) — это общественное мнение о ком-либо; мнение о достоинствах или недостатках товаров, фирмы-производителя и т.п. А роль скоро в основе репутации лежит информация об организации, публичность и прозрачность деятельности являются важнейшим условием её успешного развития, и школа здесь не исключение. Чем полнее она будет рассказывать аудиториям о своих реальных достоинствах и достижениях, тем стабильнее окажется её авторитет, тем более влиятельной и конкурентоспособной она будет. Иными словами, доброе имя школы — это не только этическая, но и экономическая категория, её главный ресурс [5].

В то же время сфера образования традиционно является достаточно закрытой сферой деятельности со своей спецификой, однако в условиях рыночной экономики она превратилась в полноправного участника рынка. В условиях рынка образовательное учреждение самостоятельно решает, в каких целях и как использовать

имеющиеся в его распоряжении ресурсы: материально-технические, трудовые, финансовые, информационные и другие. Экономическая ответственность за эффективное использование всех этих ресурсов побуждает руководителей школьного учреждения включить управление рисками в число важнейших управленческих компетенций. По мнению Е.А. Рекичинской, тема риск-менеджмента в образовательной организации особенно актуальна, т.к. управление рисками является одной из наиболее слаборазвитых компетенций среди российских руководителей [4].

Автор приводит следующие правила управления рисками, на которые должны опираться руководители школьных учреждений.

1. Управление рисками — ответственность каждого сотрудника в организации.
2. Цель управления рисками — не полное их устранение, а своевременное выявление и снижение рисков с целью достижения стратегических целей организации.
3. Управление рисками — это на 10% процесс и на 90% культура.
4. Не существует организаций без рисков, существуют организации, которые игнорируют свои риски.
5. Невозможно предугадать все риски, организация должна быть готова к неопределённости. Практика общеорганизационного управления рисками требует управления рисками во всех областях, включая текущие операции и процессы, а также разовые инициативы.

Трудно не согласиться с данными постулатами, однако необходимо учитывать, что современная школа живёт в условиях новейших информационно-коммуникационных технологий, которые во многом меняют сам подход к управлению рисками. Рассмотрим основные параметры цифровой реальности, которые существенно влияют на жизнедеятельность учебного заведения.

«Мир — большая деревня»

Информационная открытость мира привела к появлению ряда новых репутационных угроз, на которые подчас невозможно повли-

ять, но которые можно предвидеть и которым необходимо противостоять.

Появление Интернета и цифровых технологий привело к невероятному расширению жизненных горизонтов жителей нашей планеты, сбылись прогнозы известного социолога из Гарвардского университета Стэнли Мильмана, сделанные в 1967 г. Учёный утверждал, что наш мир превращается в большую деревню, где любое событие практически мгновенно становится общеизвестным [6]. Позже, в 2006 г., компания Майкрософт дала практическое подтверждение этому выводу учёного. Было изучено около 30 млрд MSN-сообщений, посланных через систему Messenger за три месяца. Для этого пришлось обработать данные объёмом 4,5 терабайта. В результате расчётов был сделан вывод: благодаря современным средствам коммуникации каждый из 240 млн пользователей системы Messenger может добраться до другого за 6,6 шага, где бы тот ни находился [7]. Так возникла известная «теория шести рукопожатий», которая гласит, что мир стал очень тесен и любая информация в нём распространяется мгновенно, как в большой деревне.

Поскольку теперь каждый находится на виду и спрятаться от посторонних глаз невозможно, необходимо ответственно относиться к любому своему действию, поступку, высказыванию, поскольку «переписать на белом» совершённые ошибки не удастся. А попытки замалчивать проблему или утаивать информацию приведут лишь к ещё более громкому резонансу, а стало быть, и к репутационным потерям.

Совсем недавно страну потряс случай, произошедший в школе Приморья. Отец одной из учениц, не выдержав хулиганских выходок одноклассника, решил сам расправиться с агрессивным ребёнком, мокнув его головой в унитаз. Разумеется, такой поступок недопустим, однако важно проанализировать, что привело к подобному инциденту. Мальчик-пятиклассник из неблагополучной семьи и с нестабильной психикой на протяжении долгого времени терроризировал учащихся школы, часто дело доходило до жестокого избиения детей. Родители многократно обращались за помощью в дирекцию школы, в местные правоохранительные органы, однако безрезультатно:

их либо отказывались выслушать, либо говорили, что всё это неправда. И только после того, как одна из учениц в результате нападения школьного хулигана попала в больницу с разрывом селезёнки, её отец решил наказать злодея самостоятельно. Данный случай тут же попал в социальные сети и вызвал острую общественную дискуссию.

В виновности участников события разбирается суд, но уже сейчас очевидно, до каких трагических последствий доводит нежелание школы коммуницировать с внешним миром, стремление скрыть свои проблемы. В эпоху цифровых технологий такая стратегия поведения руководства школы является не просто безграмотной, но и опасной.

Важно понимать и то, что в глобальном мире нет больше границ, понятие далёкого и близкого исчезает. Независимо от того, в каком уголке земного шара находится организация, любая её проблема может мгновенно стать известной всему миру. К примеру, расстрел учеником колледжа своих одноклассников и учителей в одном из провинциальных штатов Америки тут же попал в новостные ленты всех мировых информагентств. Факт оскорблений и рукоприкладства учительницы из сибирского посёлка ученики засняли на свои мобильные телефоны и выложили в Сеть, а уже вечером того же дня ролик попал на федеральные каналы телевидения. Острая негативная реакция общественности и профильных ведомств привела к увольнению учительницы и директора школы, серьёзный урон был нанесён репутации учебного заведения.

Приведённые примеры красноречиво свидетельствуют, что современная школа находится в цифровом пространстве и должна быть готова к глобальным коммуникациям с самыми разными аудиториями.

Режим открытости

Доступность и открытость информации, безусловно, является важным достижением цифровой эпохи, в то же время интернет-активность граждан превратилась в серьёзный источник репутационных угроз, поскольку поток негативной информации бес-

препятственно распространяется по сетям, более того, хранится там практически вечно. Важно и то, что в генерации онлайн-контента участвуют сотни тысяч рядовых пользователей, которые и формируют репутацию как организаций, так и публичных персон.

В условиях переизбытка информации, когда пользователь Интернета физически не успевает прочитать все ссылки и просмотреть все новостные ленты, на которые подписан, он вынужден принимать на веру информацию, которая попадает в поле его зрения. И этим успешно пользуются манипуляторы.

Для того чтобы не стать жертвой манипуляторов, школа должна быть инициатором открытого диалога с разными социальными группами, в том числе и со СМИ. Многим школам непросто перейти в режим открытости, поскольку долгое время их деятельность оставалась практически закрытой сферой для общества, в сложных ситуациях было не принято «выносить сор из избы»: представители школьной администрации плотно закрывали двери перед журналистами.

И тут многое зависит от личности директора школы, от того, насколько он публичен и открыт для общения. Эти качества жизненно необходимы современному лидеру, их можно развить путём тренингов. Руководитель, являющийся хорошим коммуникатором, открытым и доброжелательным человеком, способен существенно минимизировать репутационные потери — как свои, так и школы в целом.

Информационная политика

Новейшие информационно-коммуникационные технологии позволяют изобретать всё более изощрённые методы ведения информационных войн, которые превратились в оружие конкурентной борьбы. Противостоять этому можно только путём сознательного формирования позитивного информационного поля вокруг школы. Школьный коллектив должен сам управлять своей репутацией, то есть создавать нужный контент о школе и транслировать его по нужным каналам коммуникации.

Главный принцип информационной политики школы — обеспечить полноценность и равнодоступность информации всем заинтересованным сторонам: ученикам, родителям, регулирующим и надзорным органам, педагогическому коллективу, представителям СМИ, широкой общественности.

Рассмотрим основные аспекты информационной политики любой организации.

Разработка единой позиции по ключевым вопросам

Информационной основой репутации школы выступает её так называемая легенда, т.е. грамотно и убедительно изложенные базовые сведения о школе, её достоинствах и достижениях. Важно найти ту изюминку, которая отличает это учебное заведение от других.

Есть школы, которые обладают таким бесценным даром, как историческая преемственность. Они успешно продолжают славную историческую летопись своего учебного заведения. Однако не всегда исторический контекст лежит на поверхности, иногда необходимо поработать в архивах и библиотеках, чтобы найти документы и факты, которые помогут связать прошлое и настоящее. В этом смысле представляет интерес опыт Горчаковского лицея, созданного в 2016 г. на базе Одинцовского филиала МГИМО. Формально это новое учебное заведение, которого раньше не существовало. В то же время за его спиной стоит МГИМО — один из лучших российских университетов со своей научной школой, которая создавалась в течение 70 лет. Однако его исторические корни гораздо глубже, о чём напоминает стоящий на входе в университет памятник министру иностранных дел Российской империи Александру Горчакову, которого по праву называют самым талантливым дипломатом XIX в. Благодаря его деятельности Россия сумела вырваться из дипломатической изоляции и вернуть себе статус влиятельной европейской державы.

Как известно, Александр Горчаков учился в Царскосельском лицее. Он был прекрасно образован, в совершенстве владел несколькими языками, отличался остроумием и широтой кругозора. Одним из лучших друзей Горчакова был Александр Пушкин.

Неудивительно, что открывшийся в Одинцовском филиале МГИМО лицей был назван в честь блестящего российского дипломата Александра Горчакова. Именно историческая составляющая позволяет говорить, что созданное школьное учебное заведение продолжает российскую традицию лицеев и лицеистов, которую олицетворял собой Царскосельский лицей. Об этом с гордостью повествуется на главной странице сайта лицея, что сразу вводит в особую атмосферу, царящую в этом учебном заведении.

Для того чтобы «легенда» школы способствовала формированию благоприятного общественного мнения, необходимо транслировать в информационное пространство единые, заранее разработанные на основе «легенды» тезисы, которые PR-специалисты называют ключевыми сообщениями. На их основе директору школы и его сотрудникам легко будет составлять любые информационные сообщения, исходящие от их учебного заведения. Педагогический коллектив и ученики тоже должны быть ознакомлены с основными принципами, по которым живёт школа. Хорошо будут смотреться эти тезисы на большом красочном стенде, помещённом на видном месте. Только демонстрация единой позиции всего школьного коллектива по ключевым вопросам позволит добиться укрепления авторитета школы и повышения доверия к ней.

Определение спикеров

Важно чётко обозначить круг сотрудников, которые уполномочены давать официальные публичные комментарии от имени школы. В большинстве случаев это сам директор, он должен появляться перед публикой и журналистами в наиболее ответственные моменты: победы, юбилеи и награждения, важные события в жизни школы, кризисные ситуации и т.п. Когда речь идёт о повседневном общении, роль коммуникаторов могут взять на себя 1–2 ключевых педагога или представителя администрации, которые отличаются высоким уровнем профессионализма и компетенции. В этом случае к минимуму сведётся риск появления в СМИ нежелательной или искажённой информации.

Такая системность в публичных коммуникациях позволяет логично выстроить единый

информационный поток, продемонстрировав тем самым открытость организации.

Достоверность

Этот постулат не нуждается в подробном обсуждении. Если организация решила обнародовать какую-то информацию, она должна быть абсолютно достоверной. Авторитетное учреждение никогда не пойдёт на намеренное искажение фактов, хорошо понимая, что речь идёт о его бесценном активе — репутации.

Оперативность и регулярность

Позитивную репутацию школы невозможно построить раз и навсегда. Только постоянное присутствие в информационном поле позволяет учебному заведению сохранять и наращивать свой главный нематериальный актив. Главное в коммуникационном процессе — постоянно и регулярно снабжать публику интересной и актуальной информацией о жизни школы. Поскольку любая новость быстро устаревает, важно, чтобы все материалы готовились и транслировались оперативно.

Доступность

Информационная политика школы окажется эффективной только в том случае, если она выберет для себя оптимальный набор средств массовых коммуникаций, которые максимально точно донесут информацию до нужных целевых аудиторий. Для многих школ такой информационной площадкой может оказаться школьный сайт, который будет рассказывать о самом важном и интересном, что происходит в школе. Если же разместить на сайте контакты директора и школьной дирекцией, родителями и учениками, это существенно укрепит доверие и уважение к первому лицу и к школе.

Разумеется, создавать и поддерживать сайт должен специалист — системный администратор. Он может работать удалённо и появляться в школе только в случае необходимости, так что бюджет школы сильно не пострадает. Зато наполнять сайт контентом — это работа всего школьного коллектива. Роль модератора разумнее оставить за директором или его заместителем, поскольку именно эти работники являются на-

иболее осведомлёнными о главных школьных событиях и новостях; а вот наполнением контента могут заняться не только учителя и администрация, но и ученики, которые чувствуют себя на просторах Интернета как рыба в воде. Они с энтузиазмом возьмутся за любые творческие задания: писать отзывы о тех или иных аспектах жизни учебного заведения, инициировать дискуссии по насущным вопросам, публиковать свои литературные опусы, фото и видеоролики. Родители тоже с удовольствием примут участие в работе сайта: это не только поможет им быть в постоянном контакте со школой, но и укрепит связь со своим ребёнком с помощью интерактивного общения на сайте.

Не составит труда сформировать группу старшеклассников под руководством кого-то из молодых учителей, которая возьмётся за отслеживание переписки на школьном сайте. Давая обратную связь обратившимся на сайт, ребята смогут ощутить себя блогерами, комментирующими самые актуальные школьные темы. Они же в роли журналистов могут брать интервью у руководства школы по самым острым, волнующим всех проблемам и публиковать их на сайте. А сам директор мог бы создавать контент, важный как для учеников, так и для родителей, например: опубликовать финансовый отчёт о поступлении и использовании благотворительных взносов родителей на поддержку образовательной деятельности школы в течение учебного года или устроить публичное обсуждение вопроса о введении дополнительных платных уроков и т.п.

Словом, креативный подход к работе сайта может превратить его в главную коммуникационную площадку школьного учреждения. В качестве примера можно привести популярный в школьной среде электронный ресурс <https://mel.fm/>. Создатели называют его «полезным, понятным и удобным онлайн-медиа про образование и детей». И по информационной насыщенности, и по тематике, и по стилистике, и по визуальной оформленности эта интернет-площадка демонстрирует, как можно сегодня эффективно и увлекательно общаться со всеми заинтересованными аудиториями. Здесь можно подглядеть немало творческих идей.

Большие возможности для интерактивного общения школы с окружающим миром открывают социальные сети. Своим позитивным опытом активности в соцсетях делится директор одной из московских школ¹.

— Современный руководитель образовательной организации, конечно, должен иметь аккаунт в соцсети, потому что, во-первых, это общение с людьми, с участниками образовательного процесса (с родителями, учителями, детьми). Канал связи очень современный, удобный, потому что не требуется предварительной записи. У директора крупного образовательного комплекса около 7 тысяч учащихся, не всегда удаётся встретиться лично с каждым родителем, который хочет что-то спросить, но ему не нужно записываться на приём, не нужно ждать, он может отправить сообщение напрямую директору и получить ответ.

Во-вторых, через соцсети можно выразить позицию школы и руководителя, рассказать о важных, значимых событиях, которые происходят в образовании, в конкретной школе, в городе.

Но нельзя забывать, что директор даже в своём личном аккаунте остаётся руководителем, которому государство доверило управление школой, и должен вести себя соответственно, оставаясь в рамках профессиональной и педагогической этики. При этом нельзя пытаться выставлять себя в соцсетях тем, кем на самом деле не являешься, нужно быть естественным.

Нет ничего страшного, если какую-то часть личной жизни директор считает возможным показать на своей страничке, ведь он общается не только с учениками и родителями, но и с друзьями, коллегами. Тем более директор, как и любой педагог, воспитывает прежде всего собственным примером, в том числе в соцсетях. Я размещаю в своём аккаунте фотографии с мест отдыха, но немного, 80–90% фотографий так или иначе связаны с моей профессиональной деятельностью.

Директор не робот, ему свойственно радоваться, он может обозначить своё настроение смайли-

ком или какой-то одной фразой, что-то перепостить, но он не может размещать на своей странице недостоверную, заведомо ложную информацию.

Трудно не согласиться с таким мнением. Школьное образование должно идти в ногу со временем, поэтому директор школы может стать инициатором создания представительства своей школы в Сети, особенно если речь идёт о небольшом школьном учреждении, удалённом от столичных городов. В этом случае общение через Интернет поможет оставаться в центре событий.

Ученикам можно поручить самим создавать и наполнять аккаунты в школьных группах. Это не только увлекательно, но и полезно: подростки будут более серьёзно следить за своим правописанием и письменной речью. В одиночку директору со всей этой работой не справиться, если на помощь не придут учителя. Общение со своими учениками на таких площадках позволит учителям быть ближе к классу и в то же время в определённой степени контролировать поведение школьника в соцсети: вряд ли он будет «хулиганить» в Интернете, зная, что у него в друзьях классный руководитель. Но и учителю следует вести себя социально ответственно. Он не должен размещать откровенные фотографии, использовать нецензурную лексику и ссылки на сайты и сообщества 12+. Не стоит забывать, что поведение учителя в соцсети, как и его поведение в реальной жизни, является примером для учеников. Важно позаботиться о приватности аккаунта учителя, его личная страница должна быть закрыта для всех, кроме друзей.

В то же время общение в соцсетях не должно быть слишком интенсивным, т.к. это большая нагрузка как на учителя, так и на ребёнка. Учителю-предметнику не стоит создавать отдельную группу для каждого класса по своему предмету — это прерогатива классных руководителей, руководителей студий и кружков. Целесообразно вести работу с учениками в соцсетях централизованно, от имени школьной администрации, которая, в свою очередь, может создать группу для общения учителей.

При выборе соцсети в качестве площадки директору школы и учителям стоит серьёзно

¹ <https://mcko.ru/articles/108>

подумать, какая из них окажется наиболее подходящей. В этом случае контакты между школьной администрацией, учителями, учениками и их родителями будут насыщенными и полезными.

Зоны риска

Любое школьное учреждение находится в зоне повышенных репутационных угроз, поскольку к его деятельности приковано пристальное внимание многих социальных групп. Рассмотрим те области, в которых риск потери репутации особенно велик.

Качество образовательных услуг

Школа предлагает обществу определённый набор образовательных услуг. Любой производитель, работающий в условиях рыночной конкуренции, должен отвечать тем требованиям, которые предъявляются к нему потребителем. Соответственно, предлагаемое школой качество образовательных услуг является одним из главных оценочных критериев, предъявляемых к учебному заведению. Этот показатель оказывает решающее влияние на формирование позитивной репутации школы. Он складывается из ряда факторов, начиная от эффективного управления финансовыми, материальными и кадровыми ресурсами и заканчивая психологической обстановкой в школе. Только грамотный современный директор школы способен противостоять современным вызовам, в таких лидерах нуждается сегодня система школьного образования. И они появляются.

Кадровый потенциал

Одной из острейших проблем современной школы можно назвать нехватку молодых, творчески мыслящих педагогов, владеющих новейшими образовательными технологиями. Нередко школьный учитель ассоциируется с пожилой, отставшей от жизни, эмоционально выгоревшей женщиной, которая не любит и не понимает современных детей. Срабатывает такой фактор как generation gap (разрыв поколений), подразумевающий, что культурные ценности, интересы и мировоззрение современных школьников кардинально отличаются от картины мира учителей с большим стажем.

Современные молодые люди, родившиеся и выросшие в эпоху цифровых технологий, практически всё своё время проводят с гаджетами, в то время как их педагоги нередко с трудом постигают азы компьютерной грамотности. Чем меньше в школе «продвинутых» педагогов, идущих в ногу с цифровой реальностью, тем ниже авторитет школы, тем больше коммуникационных разрывов между учениками и учителями. К сожалению, школа часто не может предложить квалифицированным учителям новой формации конкурентную зарплату, поэтому в школе по-прежнему остаётся много педагогов из «старой гвардии», а это всё чаще приводит к росту напряжённости и внутренним конфликтам, о которых тут же становится известно окружающим. Выход один — серьёзно заниматься повышением квалификации и обновлением педагогического коллектива, мотивировать учителей к постоянному саморазвитию как материальными, так и моральными стимулами.

Условия обучения

Нередко педагоги жалуются на низкий уровень подготовленности детей, приходящих к ним учиться, оставляет желать лучшего их уровень культуры и воспитания. Такие претензии могут быть вполне обоснованы, но оправдывать этим низкий уровень преподавания — значит дискредитировать школу. Зачастую раскрытию потенциала учеников мешает ряд объективных факторов: переполненность классов, перегрузка учеников заданиями, отсутствие в школе системы вариативного образования для разных категорий учащихся.

Здание школы, давно требующее капитального ремонта, устаревшая материально-техническая база — всё это тоже не способствует стремлению учеников к хорошей учёбе, порождает депрессивную атмосферу в школе, негативная информация об учебном заведении распространяется по всему городу. Школьная администрация несёт ответственность за то, насколько комфортно чувствуют себя ученики. Недофинансирование или задержка финансирования из федерального бюджета является весомой причиной подобной ситуации. Но чем скромнее приходится жить школе, тем больше творчества и инициативы требуется от школьного коллектива,

чтобы создать позитивную обстановку, заинтересовать детей интересными проектами, побудить их к активному самовыражению. И тогда даже маленькая провинциальная школа может стать привлекательной для учащихся. □

- 6 *Milgram S. The Small World Problem // Psychology Today. — 1967; 1(1):61–67.*
7. Мембрана: Люди. Идеи. Технологии [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://www.membrana.ru/particle/12894> (дата обращения: 17.04.2018).

Литература

1. *Гриффин Э. Управление репутационными рисками: стратегический подход. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.*
2. *Даулинг Г. Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности. — М.: Инфра-М, 2003.*
3. Основы цифровой экономики / под ред. М.И. Столбова, Е.А. Бренделевой. — М.: Научная библиотека, 2018.
4. *Рекичинская Е.А. Использование риск-менеджмента в образовательной деятельности школы // Управление качеством образования: теория и практика эффективного администрирования. — 2016. — № 5. — С. 22–30.*
5. *Сальникова Л.С. Телефон доверия. — М.: Знание, 1990.*
- 6 *Milgram S. The Small World Problem (англ.) // Psychology Today. — 1967; 1(1):61–67.*
7. Мембрана: Люди. Идеи. Технологии [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://www.membrana.ru/particle/12894> (дата обращения: 17.04.2018).

Literatura

1. *Griffin Eh. Upravlenie reputacionnymi riskami: strategicheskij podhod. — M.: Al'pina Biznes Buks, 2009.*
2. *Dauling G. Reputaciya firmy. Sozdanie, upravlenie i ocenka ehffektivnosti. — M.: Infra-M, 2003.*
3. Osnovy cifrovoj ehkonomiki / pod red.M.I. Stolbova, E.A. Brendelevoj. — M.: Nauchnaya biblioteka, 2018.
4. *Rekichinskaya E.A. Ispol'zovanie riskmenedzhmenta v obrazovatel'noj deyatel'nosti shkoly // Upravlenie kachestvom obrazovaniya: teoriya i praktika ehffektivnogo administrirovaniya. — 2016. — № 5. — S. 22–30.*
5. *Sal'nikova L.S. Telefon doveriya. — M.: Znanie, 1990.*