

На правах рукописи

Шутова Марина Вадимовна

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФАКТОРОВ УПРАВЛЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕПУТАЦИЕЙ

Специальность 5.4.7 — Социология управления

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Санкт-Петербург

2026

СТРАНИЦА С ИНФОРМАЦИЕЙ О ЗАЩИТЕ

Работа выполнена на кафедре социологии Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена».

Научный **Перфильева Марина Борисовна,**

руководитель: доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры социологии Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена»

Официальные **Лебединцева Любовь Александровна,**
оппоненты:

доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры экономической социологии Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет»

Пономаренко Борис Тимофеевич,

доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры Управления персоналом ИГСУ ГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» профессор, профессор кафедры Государственной службы и кадровой политики

Ведущая
организация:

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы».

Защита состоится «15» мая 2026 г. в 15:00 часов на заседании диссертационного совета 33.02.18.10 при Российском государственном педагогическом университете им. А.И. Герцена, 191186, Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, 48, корпус 11, аудитория 64.

С диссертацией можно ознакомиться в фундаментальной библиотеке Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, 191186, Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, 48, корпус 5 и на сайте университета по адресу: https://disser.herzen.spb.ru/Preview/Karta/karta_000001198.html

Автореферат разослан « ____ » _____ 2026 г.

Ученый секретарь диссертационного совета доктор философских наук, профессор,
профессор Малявин Сергей Николаевич

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Современное цифровое общество характеризуется растущей значимостью профессиональной репутации как ключевого элемента социальных взаимодействий. Профессиональная репутация становится важным нематериальным активом, который определяет как индивидуальный, так и корпоративный успех. В условиях глубокой медиатизации и развития сетевых структур профессиональная репутация перестает быть исключительно атрибутом профессиональных сообществ, утрачивает статичный характер и формируется в процессе сетевых взаимодействий между профессионалами, работодателями, клиентами и цифровыми платформами, где алгоритмы ранжирования и публичные индикаторы (рейтинги, отзывы, метрики видимости) становятся инструментами социальной оценки и отбора. В ситуации, когда складываются новые условия труда: сотрудники работают удаленно, становится нормой частая смена работы или сотрудничество сразу с несколькими работодателями, повышается автономность сотрудника, профессиональная репутация выступает гарантом уверенности в успехе взаимоотношений как со стороны работодателя, так и со стороны сотрудника. Это подтверждается эмпирическими социологическими исследованиями, показывающими, что ожидания и критерии оценивания в профессиональной сфере формируются на основе ценностных ориентаций, социального опыта и контекста взаимодействия (см. например, Н.П. Нарбут¹). С одной стороны, цифровизация человеческих взаимоотношений делает более прозрачными и доступными наблюдению социальные взаимодействия, с другой — расширившийся информационный поток непредсказуемо влияет в том числе и на прагматический контекст взаимодействий, для его контроля и управления

¹ Нарбут Н. П. Ценностные ориентации и социальное самочувствие студенчества : результаты исследовательского проекта / Н. П. Нарбут, И. В. Троцук. – Москва : Российский университет дружбы народов (РУДН), 2017. – 400 с. – ISBN 978-5-209-08515-7. – EDN XQTRZZ.

им необходимы специальное образование и техническое обеспечение. Объект профессиональной репутации теперь ответственен не только за результаты своих профессиональных действий, но и за построение архитектуры – совокупности репутационных признаков, наблюдаемых в цифровой и профессиональной среде, своей профессиональной репутации.

Несмотря на возрастающий интерес к феномену профессиональной репутации, ее социологическое осмысление остается фрагментарным и методологически неустойчивым. Существующие подходы слабо учитывают влияние цифровой среды: платформенных «механизмов» и роли алгоритмов и инфраструктур в формировании и распространении репутации. Социальные сети, агрегаторы, сайты профсообществ становятся не только пространством репрезентации, но и активными участниками производства репутационного капитала. Это требует обращения к теоретико-методологическим подходам, способным фиксировать сетевую, динамическую и операционализируемую природу репутации. Таким образом, исследовательская проблема заключается в необходимости разработки социологической концепции профессиональной репутации как социального механизма регулирования и признания, функционирующего в условиях цифровой медиатизации и платформенной видимости.

Степень научной разработанности проблемы. Исследование репутации имеет собственную историю в социальных науках. Впервые к феномену репутации обратился П. Бурдьё, выделив репутацию как часть социального капитала. Он рассматривал репутацию как элемент структур символической власти, функционирующий как механизм накопления и распределения символического капитала и инструмент установления и укрепления социальных иерархий². Дж. Коулман подчеркивал ключевую роль репутации как индикатора доверия, содействующего кооперации в сетевом

2 Bourdieu P. Les règles de l'art: genèse et structure du champ littéraire / P. Bourdieu. — Paris : Seuil, 1992.

взаимодействии³. Ф. Фукуяма рассматривал репутацию как механизм обеспечения эффективности общества: через укрепление доверия репутация снижает транзакционные издержки и повышает сотрудничество между этническими и социальными группами. Он указывал на двойственную природу репутации как личного актива и коллективного ресурса, необходимого для экономической и социальной интеграции⁴.

Объединяет большинство исследователей репутации понимание того, что она формируется на основе внешней оценки действий субъекта со стороны других акторов. Современные исследования профессиональной репутации в цифровом обществе развиваются в нескольких направлениях. Представители репутационной экономики рассматривают репутацию как часть социального капитала, подлежащую опосредованной монетизации (А. Херн⁵, М. Р. Сафиуллин, Х. А Павлова⁶), а также как количественно измеряемый актив (инвестицию), подлежащий стратегическому управлению в цифровых сетях профессиональных контактов (А. Гандини⁷). В рамках поведенческой экономики репутация интерпретируется как инструмент, усиливающий кооперацию внутри сообществ (С. Мишель-Мата и соавт⁸), между ними и даже способствующий снижению социального неравенства (М. Цветкова⁹). В этом контексте цифровая среда рассматривается как пространство накопления

3 Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // *Общественные науки и современность*. — 2001. — № 3. — С. 122-139.

4 Fukuyama F. *Social Capital and Civil Society* / F. Fukuyama // *The Institute of Public Policy*. — George Mason University, 1999

5 Hearn A. (2010) Structuring Feeling: Web 2.0, Online Ranking and Rating, and the Digital 'Reputation' Economy. *Ephemera*. Vol. 10. No. 3/4. P. 421—438.

6 Сафиуллин М.Р., Павлова Х.А. Репутация как один из драйверов развития территории // *Электронный экономический вестник Татарстана*. – 2022. – № 1. С. 15–21.

Сафиуллин М. Р., Павлова Х. А. Репутация: от узнаваемости к доверию // *"Казанский экономический вестник"*- Казань. – 2022. – №. 3 (59). – С. 17.

7 Gandini A. *Reputation, the Social Capital of a Digital Society* / A. Gandini // *The Reputation Economy*. — London : Palgrave Macmillan, 2016. — P. 25-41.

8 Michel-Mata S., Kawakatsu M., Sartini J. et al. The evolution of private reputations in information-abundant landscapes // *Nature*. 2024. Vol. 634. P. 883–889. <https://doi.org/10.1038/s41586-024-07977-x>

9 Tsvetkova M. The Effects of Reputation on Inequality in Network Cooperation Games // *Philosophical Transactions of the Royal Society B*. 2021. Vol. 376(1838). P. 20200299

и трансляции репутационной информации. Теория сигналов акцентирует влияние социального капитала на репутационные интерпретации и механизмы восприятия. Несмотря на расширение возможностей самопрезентации, построение репутации в цифровой среде остается иерархичным и нелинейным: значимыми оказываются не только действия субъекта, но и его статус, институциональная принадлежность и структура социальных связей (М. Дюма, Дж. Л. Баркер и др.¹⁰).

Следует отметить, что в российской исследовательской традиции более подробно разработаны вопросы профессионализации и профессиональной идентичности — оснований, на которых в том числе строится профессиональная репутация (Л. Лебединцева¹¹). В целом социология профессий и профессионализма сформировала несколько влиятельных исследовательских традиций, позволяющих анализировать профессию как социальный институт, а профессиональные ценности — как регуляторы поведения и основания профессиональной легитимации. В рамках неовеберианского подхода профессия рассматривается как институционально оформленная группа, удерживающая статусные позиции и профессиональную юрисдикцию через экспертное знание, ценностную легитимацию и механизмы социального признания (Э. Фрейдсон¹², Э. Эбботт¹³; Б. Т. Пономаренко¹⁴). Интеракционистская традиция (Э. Хьюз¹⁵) дополняет этот анализ, позволяя

¹⁰ Dumas M., Barker J. L., Power E. A. When does reputation lie? Dynamic feedbacks between costly signals, social capital and social prominence // *Philosophical Transactions of the Royal Society B*. – 2021. – Т. 376. – №. 1838. – С. 20200298.

¹¹ Лебединцева Л.А. Профессионализация инженерной практики: опыт осмысления в советской социологии. 2015

¹² Freidson, E. *Professionalism reborn: Theory, prophecy, and policy* / E. Freidson. — Chicago : University of Chicago Press, 1994.

Freidson, E. *Professionalism, the third logic: On the practice of knowledge* / E. Freidson. — Chicago : University of Chicago press, 2001.

¹³ Abbott A. *The system of professions: An essay on the division of expert labor* / A. Abbott. — Chicago : University of Chicago press, 2014.

¹⁴ Костин А. А. Государственная кадровая политика в сфере здравоохранения / А. А. Костин, Б. Т. Пономаренко, Ю. В. Самсонов. — Москва : РАНХиГС, 2015. — 96 с.

¹⁵ Хьюз Э. Ч. Профессии / Э. Ч. Хьюз // *Антропология профессий: Границы занятости в эпоху нестабильности* / под ред. П. В. Романова, Е. Р. Ярской-Смирновой. — Москва : Вариант, 2012. — С. 31-58.

рассматривать профессионализм как процесс, ситуативно формирующийся в ходе взаимодействий. Значимый вклад в развитие отечественной социологии профессий внесли В. Мансуров¹⁶, Р. Н. Абрамов¹⁷ и Е. Р. Ярская-Смирнова¹⁸, показавшие специфику профессиональной идентичности и институциональных условий профессионализации в российском контексте.

В то же время, когда в поле внимания попадает репутация личности, понятие профессиональной репутации оказывается в фокусе внимания ученых довольно редко (Л. Родина¹⁹, Г. Ориги²⁰). При этом профессиональная репутация, в отличие от репутации организаций или обобщённой индивидуальной репутации, практически не анализируется как особый социальный механизм, включённый в процессы управления, профессиональной легитимации и распределённого социального контроля. Отсутствует целостное социологическое осмысление профессиональной репутации как процессуального, сетевого и ценностно обусловленного феномена, формирующегося в условиях цифровизации профессиональных взаимодействий.

Хьюз Э. Ч. Социальная роль и разделение труда / Э. Ч. Хьюз // Социологические исследования. — 2009. — № 8. — С. 46-52.

¹⁶ Мансуров В. А. Традиционные профессии в эпоху цифровизации общества // Среднерусский вестник общественных наук. 2022.- Том 17.-№2: р.150-160.

Мансуров В.А., Юрченко О.В. Социология профессиональных групп: История становления и перспективы // Вестник ИС РАН. - М., 2013. - № 7. - С. 91-106.

¹⁷ Абрамов Р. Н. Профессиональный комплекс в современной структуре общества (по Т. Парсонсу) / Р. Н. Абрамов // Социологические исследования. — 2005. — № 12. — С. 54-67.

Абрамов, Р. Н. Социология профессий и занятий: история становления и основные идеи : автореферат дисс. ... д-ра социол. наук : 22.00.01 / Абрамов Роман Николаевич ; науч. рук. О. Н. Ильина ; Федер. науч.-исслед. социол. центр РАН. — Москва, 2018. — 52 с.

¹⁸ Ярская-Смирнова Е. Р. Профессиональная культура: опыт социологической рефлексии / Е. Р. Ярская-Смирнова. — Москва : Вариант, 2014. — С.55-56. Романов, П. В. Мир профессий: пересмотр аналитических перспектив / П. В. Романов, Е. Р. Ярская-Смирнова // Социологические исследования. — 2009. — №. 8. — С. 25-35. Романов П. В., Ярская-Смирнова, Е.Р. Мир профессий как поле антропологических исследований // Этнографическое обозрение. - №5. - 2008.

¹⁹ Родина Л.В. Профессиональная репутация как объект неимущественного права органов государственной власти и государственных гражданских служащих (сотрудников) // Образование и право. 2022. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnaya-reputatsiya-kak-obekt-neimuschestvennogo-prava-organov-gosudarstvennoy-vlasti-i-gosudarstvennyh-grazhdanskih> (дата обращения: 06.07.2023).

²⁰ Origi G. (2017) Reputation: What It Is and Why It Matters. Translated by Stephen Holmes, Noga Arikha. Princeton, NJ: Princeton University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctvc77bzk>.

В экономических и управленческих исследованиях репутация рассматривается преимущественно как нематериальный актив, влияющий на рыночное положение компании или профессионала (Г. Даулинг²¹, В. Харвей²², Д. Курбангалиева²³). В социально-психологических работах репутация трактуется через призму когнитивных процессов и социальных оценок (И. Кон²⁴, А. Трубецкой²⁵, Е. Рягузова²⁶). В рамках культурологического подхода репутация анализируется с точки зрения влияния ценностных норм и коллективных представлений на репутационные механизмы (С. Комоликова²⁷, Н. Фатиев²⁸).

Таким образом, несмотря на значительное количество исследований, посвящённых репутации в целом, целостная концепция профессиональной репутации, учитывающая её динамическую, сетевую и процессуальную природу в условиях цифрового общества, до настоящего времени не сформирована. Существующие подходы в недостаточной степени учитывают влияние алгоритмов, цифровых платформ и публичных индикаторов на процессы формирования и трансформации профессиональной репутации. Возрастающая роль медиатизированных коммуникаций и цифровых

²¹ Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт», ИНФРА-М, 2003

²² Harvey, William S., 'Reputation: What It Means and Where It's Made', *Reputations At Stake* (Oxford, 2023; online edn, Oxford Academic, 18 May 2023), <https://doi.org/10.1093/oso/9780192886521.003.0002>, accessed 13 January 2024

²³ Курбангалиева Д. Л. Сравнительная характеристика терминов "имидж", "бренд" и "деловая репутация" в теории репутационной экономики / Д. Л. Курбангалиева // *Электронный экономический вестник Татарстана*. – 2019. – № 4. – С. 44-51. – EDN YGGMFS.

²⁴ Кон И. С. Социология личности. М.: Политиздат, 1967. 383 с., с. 7

²⁵ Трубецкой А. В. Категория репутации в социально-политической коммуникации : дисс. ... д-ра психол. наук : 19.00.01 / Трубецкой Андрей Валерьевич. — Москва, 2006.

²⁶ Рягузова Е. В. Репутация личности как онтологический и социально-психологический феномен : монография / Е. В. Рягузова. — Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2017. — 192 с.

²⁷ Комоликова С. С. Понятие репутации в культурологическом аспекте [Электронный ресурс] / С. С. Комоликова // *Вестник Челябинского государственного университета*. — 2013. — № 33 (324). — С. 55-58. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-reputatsii-v-kulturologicheskom-aspekte> (дата обращения: 10.07.2024).

²⁸ Фатиев Н. И. Честь и репутация в трактовке А. Шопенгауэра / Н. И. Фатиев // *Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС*. — 2021. — Т. 12. — № 3. — С. 239-243.

посредников в профессиональной сфере актуализирует обращение к акторно-сетевому подходу, позволяющему рассматривать профессиональную репутацию не как фиксированное свойство субъекта, а как динамический процесс, реализуемый в сети взаимодействий и опосредованный цифровыми и институциональными актантами. Применение теории графов позволяет рассмотреть профессиональную репутацию как результат ценностных компромиссов и выявить атрибуты и индикаторы профессиональной репутации в современном обществе, что и составляет теоретико-методологическую основу настоящего исследования.

Объект исследования — социальный феномен профессиональной репутации.

Предмет исследования — факторы управления профессиональной репутацией.

Основная гипотеза исследования состоит в предположении, что профессиональная репутация в цифровом обществе формируется как распределённая и динамичная сетевая структура коллективной оценки и признания, отражающая соответствие индивида ценностным основаниям и ожиданиям акторов, принимающих решение о будущем профессиональном взаимодействии. Ядро репутации задаётся относительно устойчивыми ценностными ориентирами профессии и институционального контекста, тогда как её конфигурация и устойчивость определяются контекстуальными механизмами социального взаимодействия, репрезентации и интерпретации в цифровой среде.

Цель исследования — разработать социологический подход к управлению профессиональной репутацией в цифровом обществе.

Задачи исследования:

1. Систематизировать существующие междисциплинарные подходы к изучению репутации в социогуманитарных науках, выявив ограничения в

социологических трактовках и необходимость операционализации профессиональной репутации как самостоятельного объекта анализа.

2. Обосновать феномен профессиональной репутации в рамках современной социологической теории, опираясь на акторно-сетевой подход, реляционную социологию и концепции цифровой материализации социальных форм с целью уточнения статуса профессиональной репутации как сетевого, множественного и изменчивого социального механизма, принимающего различные формы в зависимости от контекста взаимодействия и режимов цифровой видимости.

3. Структурировать основания профессиональной репутации через понятие порядков величия (устойчивых ценностно-нормативных режимов, задающих критерии оценки, признания и легитимации профессионального действия, согласно Л. Болтански и Л. Тевено) и обосновать феномен профессиональной репутации как ценностно-институциональный диспозитив.

4. Выделить нормативно-ценностные источники профессионального признания.

5. Выявить механизмы управления профессиональной репутацией врача, используя дискурс-анализ открытой и закрытой цифровой среды, и установить характер взаимодействия между цифровыми признаками видимости и институциональной экспертной системой. Структурировать репутационные практики в профессии коуча как примера слабо институционализированной профессии, проанализировать цифровые механизмы визуализации и алгоритмического признания, сопоставить их с порядками величия.

6. Разработать типологию индикаторов и атрибутов профессиональной репутации (в логике акторно-сетевого подхода), уточнить их роль в репутационном управлении и цифровой репрезентации.

7. Разработать концепцию компромиссной природы профессиональной репутации как результата взаимодействия институциональных, рыночных и репутационных логик признания в цифровом обществе.

Теоретико-методологические основания исследования. В работе использовались общенаучные методы: индукции и дедукции, компаративистский анализ, обобщение и синтез. Методологические подходы социологии управления (рефлексивный²⁹ и социотехнический³⁰ подходы, тектологическая методология³¹) применялись для анализа принципов и управленческих инноваций формирования профессиональной репутации в условиях цифрового общества. Теоретическими и методологическими основаниями исследования также стали: акторно-сетевая теория, в частности онтологический поворот Дж. Ло³²; прагматическая социология, а именно, теория графов Л. Болтански и Л. Тевено³³, объясняющая механизмы формирования репутационных компромиссов в различных профессиональных сообществах и позволяющая проявить ценностные иерархии за ними стоящие; теория социальных регуляторов Н. Л. Захарова³⁴, дающая когнитивную базу для исследования репутационного ядра и периферии, а также реляционный подход в целом, подчеркивающий важность социальных связей и контекстуальной интерпретации репутации в цифровой среде.

Эмпирическая база исследования включает в себя дискурс-анализ официальных публикаций в СМИ, комментариев пользователей и других

29 Лепский В. Е. Методологический и философский анализ развития проблематики управления / В. Е. Лепский. — Москва : Когито-Центр, 2019. — 340 с.

30 Тихонов А. В. От «умного регулирования» к «умному управлению»: социальная проблема цифровизации обратных связей / А. В. Тихонов, В. С. Богданов // Социологические исследования. — 2020. — № 1. — С. 74-81.

31 Захаров Н. Л. Методологические основания социологии управления [Электронный ресурс] / Н. Л. Захаров, А. В. Воронцов, А. Л. Кузнецов [и др.] // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. — 2023. — № 2. — С. 258-273. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-osnovaniya-sotsiologii-upravleniya> (дата обращения: 15.04.2025).

³² Law, J. Object lessons [Электронный ресурс] / J. Law, V. Singleton // Organization. — 2005. — Vol. 12. — № 3. — P. 331-355. — URL: <https://www.trans-techresearch.net/wp-content/uploads/2021/10/Law-and-Singleton-2004-Object-Lessons.pdf> (дата обращения: 03.08.2024).

Law, J. Situating technoscience: an inquiry into spatialities / J. Law, A. Mol // Environment and planning D: society and space. — 2001. — Vol. 19. — № 5. — P. 609-621.

33 Болтански Л. Критика и обоснование справедливости: Очерки социологии графов / Л. Болтански, Л. Тевено ; пер. с фр. О. В. Ковеневой ; науч. ред. перевода Н. Е. Колосов. — Москва : Новое литературное обозрение, 2013. — 576 с.

34 Захаров Н. Л. Теория социальных регуляторов : монография / Н. Л. Захаров ; под науч. ред. М. Б. Перфильевой. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 241 с.

цифровых следов (информации о пользователе и его действиях в Сети, которую можно каким-либо способом отследить³⁵), затрагивающих тему профессиональной репутации в онлайн-среде, данные экспертных интервью с представителями различных профессиональных сообществ, а также исследование публичных репутационных кейсов. В том числе:

1. Социологическое исследование закрытых сетевых сообществ. Поиск выдал 2696 публикаций, посвященных профессиональной репутации врача, которые вышли в 2010–2025 гг. Инициативное исследование, руководитель Шутова М. В. (дата проведения: январь — февраль 2024 г.). Присвоен индекс ДАВР-25.

2. Социологическое исследование: дискурс-анализ высказываний из закрытых сетевых сообществ (1277 высказываний), из них выявлено 24 сущностных высказывания. Инициативное исследование, руководитель Шутова М. В. (дата проведения: январь — февраль 2025 г.). Присвоен индекс ДАРВЗС-25.

3. Социологическое исследование отбора открытых источников, посвященных профессиональной репутации врачей и представлениям о профессионализме медиков. Поиск выдал 1210 публикаций и 1783 комментария, посвященных профессиональной репутации врача, которые вышли в 2019 — 2025 гг. Инициативное исследование, руководитель Шутова М. В. (дата проведения: январь — февраль 2025 г.). Присвоен индекс ДАРВОИ-24.

4. Социологическое исследование: дискурс-анализ высказываний из открытых сетевых сообществ (отобран 61 уникальный источник, включающий в общей сумме 169 сущностных высказываний). Инициативное исследование,

³⁵ Глоссарий «Цифровой след» [Электронный ресурс] // Энциклопедия Касперского. — URL: <https://encyclopedia.kaspersky.ru/glossary/digital-footprint/> (дата обращения: 15.04.2025).

руководитель Шутова М. В. (дата проведения: январь — февраль 2025 г.).
Присвоен индекс ДАРВОИВ-25.

5. Пилотажное социологическое исследование — полуструктурированное интервью, целью которого было выявление основных характеристик профессиональной репутации существующих в сообществе врачей-хирургов (количество опрошенных: 172 эксперта). Исследование включало в себя опрос с открытыми вопросами и четыре глубинных свободных интервью экспертов. Исследование проводилось под руководством Шутовой М. В. (дата проведения: октябрь 2023 г.). Присвоен индекс ИУ-23.

6. Исследование поведенческих паттернов хирургов по самопродвижению, опубликовано в журнале «Дискурс»³⁶. Присвоен индекс ВРД-22.

Научная новизна исследования. В рамках исследования была разработана социологическая концепция факторов управления профессиональной репутацией, тем самым решена научная задача, имеющая важное значение для социологии управления. Факторы управления профессиональной репутацией - феномен, сочетающий ценностную природу, цифровую воспроизводимость и гибридную структуру, формируемый на основе сочетания трех порядков величия — индустриального, рыночного и репутационного — вне зависимости от степени институциональной зрелости профессии и порога входа в нее. Для решения этой научной задачи были предприняты следующие шаги: проведен междисциплинарный анализ подходов к репутации, операционализированы положения акторно-сетевой теории и теории графов в контексте социологии управления, выполнен дискурс-анализ публичных высказываний и интервью, разработан

36 Шутова М. В. Веб-ресурсы в профессиональной рутинной практике врача-хирурга / М. В. Шутова, Я. С. Рочева // Дискурс. — 2022. — Т. 8. — №. 6. — С. 85-100.

инструментарий выявления репутационных атрибутов и индикаторов. Это позволило выявить следующие пункты научной новизны:

1. Предложено рабочее определение профессиональной репутации как социально значимой формы коллективной оценки и признания индивида, отражающей его соответствие разделяемым терминальным культурным ценностям сообщества и смыслообразующим ценностям профессии и формирующей ожидания относительно будущего профессионального взаимодействия. В условиях цифрового общества профессиональная репутация выступает как распределённая, динамичная и многогранная сетевая структура, возникающая в процессе социальных взаимодействий, цифровой репрезентации и институциональной регуляции.

2. Впервые репутация концептуализирована в рамках акторно- сетевого подхода как сетевая конфигурация, включающая цифровые метрики, социальные ассоциации и визуальные репрезентации. Это позволило раскрыть ее текучую и множественную природу, материализующуюся в цифровой среде как управляемый диспозитив.

3. Впервые применен анализ репутации как компромиссной структуры, основанной на взаимодействии институциональных режимов оправдания (порядков величия) на основе теории графов. Это обеспечивает возможность структурировать основания признания профессионализма в разных культурных, социальных и профессиональных полях.

4. Разработана и апробирована авторская методика выявления ценностных ориентаций акторов, основанная на методологической операционализации теории графов Л. Болтански и Л. Тевено, что позволило выявить механизмы репутационной легитимации в различных профессиональных полях.

5. Введена типология репутационных признаков (индикаторов и атрибутов), классификация позволила операционализировать репутацию как наблюдаемый и воспроизводимый эффект взаимодействия индивида и профессионального или цифрового окружения.

6. Показано, что механизмы управления репутацией различаются по типу среды: в институционально насыщенных профессиях (например, медицине) репутация в большей степени воспроизводится через экспертные системы и профессиональные сообщества; в слабо институционализированных профессиях (коучинг) — через платформенную видимость, маркетинговую риторику и цифровые индикаторы.

7. Разработана социологическая концепция управления профессиональной репутацией, учитывающая как институциональные, так и цифровые основания признания. Репутация понята как конструкция, сочетающая в себе индустриальный, рыночный и репутационный порядки величия, возникающая в ходе взаимодействия цифровых, социальных и нормативных акторов.

8. Выделены и эмпирически обоснованы факторы управления профессиональной репутацией, включая:

- 1) ценности и нормы, формирующие ожидания субъекта репутации и его аудитории;
- 2) ролевые и статусные ожидания, сопряженные с профессией субъекта репутации;
- 3) социальную значимость вклада индивида (альтруизм, ответственность, вклад в общее дело);
- 4) специфику каналов распространения репутационной информации (от закрытых профессиональных сетей до открытых платформ и форумов);
- 5) параметры наблюдаемости и визуализации (репрезентация через платформы, сторис, цифровые следы и визуальные кейсы);
- 6) а также репутационные признаки, представленные индикаторами и атрибутами евклидова и социального пространств.

Положения, выносимые на защиту:

1. Профессиональная репутация в цифровом обществе является динамическим процессом, формируемым в результате сетевых

взаимодействий между человеческими и нечеловеческими акторами, что позволяет рассматривать ее в рамках акторно-сетевого подхода, где она является актантом.

2. Ценности, на основании которых строится профессиональная репутация, есть компромисс трех градусов: рыночного, репутационного и научно-технического. Соотношение каждого из градусов в финальном компромиссе для разных индустрий отличается. Это понимание позволяет адаптировать стратегии позиционирования к требованиям различных профессиональных сообществ.

3. В цифровой среде репутация материализуется через совокупность индикаторов, которые включают метрические показатели (количество отзывов, подписчиков, место в рейтингах), качественные характеристики физического мира (дипломы, публикации, должности) и качественные индикаторы социального пространства (гетерогенность сети, уровень связей, наличие «репутационного щита»).

4. Управление профессиональной репутацией осуществляется через баланс ценностных режимов (рыночного, репутационного, научно-технического и др.), что подтверждается теорией градусов и эмпирическими исследованиями

5. Влияние цифровых технологий на профессиональную репутацию носит амбивалентный характер: с одной стороны, алгоритмы и платформы способствуют тиражированию репутационных сигналов, с другой — создают риски искажения и манипуляции репутационным капиталом.

6. Профессиональная репутация в цифровом обществе является не только отражением прошлого опыта субъекта, но и ресурсом стратегического воздействия, способным целенаправленно формироваться и трансформироваться в зависимости от конфигурации сетевых взаимодействий, режимов видимости и институциональных контекстов.

Теоретическая значимость исследования заключается в разработке концепции профессиональной репутации как актанта, что позволяет

расширить рамки социологического анализа репутационных процессов, интегрируя в него акторно-сетевой подход и теорию графов. Исследование вносит вклад в развитие социологии репутации, медиасоциологии и цифровой социологии, предлагая новые способы анализа взаимодействий между человеческими и нечеловеческими акторами в процессе формирования профессиональной репутации. Разработанная классификация индикаторов профессиональной репутации (метрические, качественные физического мира, качественные социального пространства) представляет собой новый аналитический инструмент, который может быть использован в дальнейших эмпирических исследованиях. Кроме того, в работе обоснована необходимость комплексного изучения цифровых следов, алгоритмических механизмов и их влияния на управление репутацией, что расширяет традиционные методологические подходы социологического анализа репутационных феноменов.

В исследовании предложена концепция профессиональной репутации как динамической сети, в которой различные акторы взаимодействуют, создавая устойчивые, но текущие репутационные конструкции. В рамках данной концепции обоснована роль цифровых алгоритмов и платформ как акторов репутационной сети, перераспределяющих видимость, значимость и циркуляцию репутационных оценок. Таким образом, работа вносит вклад в развитие теории сетевого взаимодействия, демонстрируя, как профессиональная репутация трансформируется в условиях цифрового общества.

Практическая значимость исследования определяется возможностью применения его выводов в управлении профессиональной репутацией в цифровом обществе. Результаты работы могут быть использованы специалистами в области корпоративных коммуникаций, маркетинга, HR, а также профессиональными сообществами для формирования и поддержания репутационного капитала. Разработанный аналитический подход может быть внедрен в системы управления репутацией на цифровых платформах, а также

в методики оценки репутационного потенциала специалистов и организаций. Кроме того, исследования цифровых репутационных индикаторов могут быть полезны для разработчиков алгоритмов ранжирования, платформ профессионального нетворкинга и систем мониторинга репутационных рисков. Полученные результаты могут быть использованы в образовательных программах по управлению репутацией, а также в рекомендациях для специалистов, занимающихся стратегическим позиционированием и персональным брендингом. Таким образом, исследование не только расширяет теоретические границы изучения профессиональной репутации, но и предлагает конкретные практические инструменты для ее анализа и управления в условиях цифрового общества

Соответствие диссертации паспорту научной специальности.

Содержание диссертационной работы соответствует Паспорту 5.4.7. Социология управления:

6. Механизмы социального регулирования: институциональные, социальностратификационные, социокультурные, социально-организационные.

20. Социологические методы информационно-аналитического обеспечения управленческого процесса.

Апробация работы. Основные идеи, положения и выводы диссертационного исследования обсуждались на кафедре социологии управления Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, сообщались на научных конференциях и семинарах: VII Всероссийский Социологический Конгресс «Социология и Общество: Формирование и функционирование общественной памяти», Круглый Стол «Цифровая трансформация государственного управления: тенденции и риски» в рамках конференции Общественный договор в современной России: точки согласия и точки напряжения, I Петербургский социологический форум «Время перемен в России и мире»; Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS), Saint Petersburg, Russian Federation, 2025, 2023, 2022 и 2021

гг.; Герценовские чтения — 2024. «Социологическое образование в России»; IV Международная научная конференция «Интеракция. Интеграция. Инклюзия: лабиринты смыслов и горизонты возможностей» (2024 г.); Форум гражданских инициатив «Россия 809»; XII Петербургский Международный Форум «Здоровье», XVII российско-китайская социологическая конференция, к 20-летию подписания Российско-китайского договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве, Санкт-Петербург «Общественное здоровье и формирование здорового образа жизни в России и Китае, 2021 года.

Основные результаты исследования опубликованы в статьях, материалах научных и научно-практических конференций: Основные результаты исследования опубликованы в статьях, материалах научных и научно-практических конференций: 13 научных работ, общим объемом 7,34 п.л., авторский вклад — 5,48 п.л., из них в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ, — 5.

Объем и структура диссертации. Исследование изложено на 287 страницах печатного текста. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, включающего 275 наименований (из них 94 — на иностранных языках), содержит 2 рисунка и 9 таблиц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обоснована актуальность темы исследования и степень ее научной разработанности, сформулированы цель, задачи, объект и предмет исследования, научная новизна; представлена теоретико-методологическая основа, эмпирическая база и положения, выносимые на защиту.

В первой главе диссертации «**Концептуальные основы исследования репутации**» обобщены междисциплинарные подходы к исследованию репутации, представленные в лингвистике, юриспруденции, экономике, психологии, философии, биологии и культурологии. Выявлено, что большинство подходов сходится в понимании репутации как вербализованной

оценки, возникающей в процессе социального взаимодействия, на основе ценностей, норм и прагматического контекста. Особое внимание уделено социологическим трактовкам репутации.

Параграф 1.1. **«Подходы к изучению репутации в современном социогуманитарном знании»** посвящен междисциплинарному анализу репутации в современных гуманитарных науках. Рассмотрены подходы психологии, экономики, юриспруденции, культурологии и лингвистики. Показано, что профессиональная репутация трактуется фрагментарно и требует социологической концептуализации. Репутация представляется как установка, мнение, образ, ярлык или социальное представление. Предложена структурная модель анализа, включающая онтологический статус, формы существования, основания признания и типы наблюдаемости. Разработана таблица дисциплинарных подходов, подтверждающая необходимость социологического подхода к репутации как механизму социальной навигации в цифровом обществе.

В параграфе подчеркивается, что именно социологический подход позволяет рассматривать репутацию как результат структурированной коммуникации, опосредованной нормами, ценностями и отношениями власти. Обоснована необходимость изучения репутации не только как образа в восприятии других, но и как устойчивой и наблюдаемой формы признания, которая материализуется в институтах, ритуалах, цифровых следах и статусной мобильности. Такой подход становится основанием для разработки собственной концептуальной рамки исследования, представленной далее.

Параграф 1.2. **«Феномен репутации в призме современных социологических концепций (основные характеристики и специфика функционирования)»** посвящен эволюции представлений о репутации в социологии — от производной категории (норма, статус, капитал) к самостоятельному объекту анализа. Репутация рассматривается как многомерный, нестабильный феномен, интегрированный в практики регулирования, коммуникации и цифровой модуляции. На основе идей

Бурдье, Ло, Фуко, Латура предложена онтологическая модель репутации как диспозитива, возникающего в сетях взаимодействий и институциональных ожиданий. Подчеркнута роль цифровых следов, визуальных носителей и платформенных алгоритмов в воспроизводстве и контроле репутации. Обоснована необходимость анализа репутации как текучей конфигурации, управляемой контекстами и распределенными акторами.

Сформулировано комплексное социологическое определение репутации, акцентирующее ее управленческий потенциал: репутация — это социально значимая форма коллективной оценки и признания индивида, отражающая его соответствие разделяемым терминальным культурным ценностям сообщества и смыслообразующим ценностям профессии в конкретных социальных и профессиональных контекстах и выполняющая функцию формирования ожиданий относительно будущего взаимодействия. В современном обществе данная оценка носит распределённый характер и формируется как динамичная и многогранная сетевая структура, возникающая в процессе множества социальных взаимодействий и стратегий, влияющих на её восприятие и устойчивость. Ядро репутации образуют терминальные культурные ценности сообщества и смыслообразующие ценности профессии, тогда как её периферию составляют саморазвивающаяся рефлексивно-активная среда социального взаимодействия, прагматический контекст «запроса» и особенности процессов репрезентации, сбора и интерпретации репутационной информации, через которые репутация становится доступной наблюдению, сравнению и социологическому анализу, что придаёт ей изменчивый характер.

Во второй главе **«Ценностные основы профессионального становления и репутации»** представлен теоретико-методологический анализ профессиональной репутации как ценностно обусловленного механизма признания. Профессиональная репутация интерпретируется через взаимодействие «порядков величия» (Болтански, Тевено). Показана применимость этой концепции к цифровой легитимации профессионализма.

Раскрыты индустриальные, рыночные и репутационные основания легитимации профессиональной репутации. Разработан аналитический инструментарий для эмпирического изучения репутационных признаков.

Параграф 2.1. **«Теория градусов: ценности и атрибуты современного мира»** посвящен применению теории градусов Л. Болтански и Л. Тевено для анализа профессиональной репутации как ценностно-институционального механизма признания. Репутация трактуется как результат компромисса между порядками величия, каждый из которых задает нормативные основания оценки. Показано, что теория градусов позволяет концептуализировать репутацию как соизмеримую и операционализируемую структуру, основанную на институционально закрепленных логиках справедливости. Выявлены индустриальные, рыночные и репутационные основания признания, применимые к профессиям с разной степенью регламентации. Обосновано, что репутация формируется на пересечении ценностей профессионального сообщества и прагматических условий предъявления и может быть понята как диспозитив легитимности. Отдельное внимание уделено социологическим условиям фиксации таких пересечений. Указывается, что только при одновременном учете моральных оснований, цифровых индикаторов и ролевых ожиданий возможно аналитически точное описание репутации как многомерного феномена. Ключевое положение параграфа заключается в трактовке профессиональной репутации как стратегического императива, поддерживающего идентичность профессиональных групп и выполняющего функцию институционального фильтра, обеспечивающего признание через призму общего блага.

В параграфе 2.2. **«Профессиональные ценности как основа профессиональной репутации»** профессия рассматривается как социальный институт, формирующий аксиологические основания репутации. Репутация рассматривается как результат соответствия нормам, ценностям и ролевым ожиданиям, закрепленным в структуре профессии в конкретных историко-культурных контекстах. Сопоставлены социологические традиции анализа

профессионализма и введена трехуровневая модель его институционализации: когнитивный (знание), субкультурный (язык и практика), нормативно-ценностный (этика и миссия). Согласование этих уровней обеспечивает устойчивость репутации. Показано, что профессионализм функционирует как основание репутационного признания. Этические и поведенческие регуляторы определяют, какие действия интерпретируются как признаки профессиональной состоятельности. Репутация осмысливается как эффект институциональной среды и выступает механизмом легитимации в профессиональных сообществах, особенно в условиях цифровой публичности.

Центральное положение параграфа заключается в том, что профессиональные ценности выступают не только основой моральной легитимации, но и своеобразным фильтром, через который общество оценивает соответствие субъекта нормам и ожиданиям профессии, а репутация выступает механизмом моральной регуляции. Завершается параграф представлением концептуальной модели, согласно которой профессиональная репутация выступает проявлением баланса между нормативной заданностью профессии и публичными формами ее репрезентации, что формирует переход к эмпирическому анализу в следующей главе.

В третьей главе **«Анализ социальных факторов управления профессиональной репутацией»** проведен сравнительный анализ репутации врачей и коучей, различающихся по институциональной зрелости. Исследованы самоощущение и публичные дискурсы, механизмы легитимации, каналы признания, индикаторы и атрибуты. Выявлены различия в конфигурации порядков величия и стратегиях управления репутацией.

Параграф 3.1. **«Факторы управления профессиональной репутацией врача»** посвящен анализу факторов управления профессиональной репутацией врача — профессии с высоким уровнем институционализации и социальной значимости. Согласно высказыванию Ч. Хьюза о медицине как архетипе профессии, репутация врача рассматривается как эталонная форма

признания, включающая институциональные, профессиональные и цифровые компоненты. Эмпирическая база включает дискурс-анализ открытых источников, глубинные интервью и онлайн-опрос хирургов ($n = 172$). На основе теории графов установлено доминирование индустриального (65%) и репутационного (25%) порядков величия, при слабом присутствии рыночного (10%). Основные каналы признания — устные рекомендации (41%) и профессиональные чаты (30%). Зафиксирован рост значимости цифровых медиа: 40% врачей используют YouTube, Telegram и др. для демонстрации кейсов и продвижения профессионального имиджа.

Показано, что образ врача с устойчивой профессиональной репутацией строится как гибридная конструкция, управляемая через признаки, соответствующие градам, в которой сочетаются элементы компетентности, экспертного признания и цифровой узнаваемости. Профессиональная репутация стратегически настраивается в зависимости от среды и аудитории, представляя собой не только отражение профессиональных качеств, но и диспозитив управления доверием в гибридной (социально-цифровой) системе.

В параграфе 3.2. третьей главы **«Факторы управления профессиональной репутацией коуча»** рассматриваются факторы, определяющие управление профессиональной репутацией коуча — профессии с низким порогом входа, процесс институционализации которой в России начался в 2022 году, что делает анализ особенно актуальным в контексте формирования новых норм профессионализма и признания. В отличие от врачей, у коучей отсутствует замкнутая профессиональная среда, и основная репутационная активность осуществляется в публичном и медиатизированном пространстве, ориентированном на клиента.

Эмпирическую базу исследования составили публикации в открытых источниках, включая рейтинги, журналистские очерки, экспертные колонки и интервью. Показано, что репутация коуча формируется в условиях высокой конкуренции, фрагментированного поля признания и дефицита институциональных стандартов. Это приводит к усиленной роли визуальных

и цифровых индикаторов. Выделяются два ключевых уровня признаков: на уровне евклидова пространства — количественные и визуализируемые характеристики, транслируемые через цифровые платформы, и социального пространства — участие в профессиональных сообществах и советах, рекомендации коллег, выступления на конференциях. Анализ дискурса показал, что компромисс порядков величия в сфере коучинга выстраивается иначе, чем у врачей. Индустриальный, рыночный и репутационный порядки величия присутствуют в примерно равных долях, но выполняют разные функции. Индустриальные признаки не закреплены институционально, а встроены в маркетинговую стратегию и предьявляются как элементы бренда. Репутационные элементы выступают как доказательства включенности в поле. Рыночный порядок становится определяющим каналом конструирования доверия. Подчеркивается, что гибкость и нестабильность репутационного образа коуча порождает множественные стратегии управления: от целенаправленного конструирования экспертной биографии до алгоритмической оптимизации видимости на цифровых платформах. В параграфе делается вывод, что репутация коуча управляется через комбинирование признаков разных порядков величия, однако ее устойчивость подвержена рискам дискредитации, фрагментации и недоверию со стороны общественности. Это делает управление репутацией в этой профессии особенно чувствительным к изменениям в медиасреде, платформенных алгоритмах и общественном восприятии легитимности.

Сравнительный анализ факторов управления профессиональной репутацией врачей и коучей представляет собой сопоставительный анализ факторов, влияющих на управление профессиональной репутацией врачей и коучей. Установлено, что в обоих случаях репутация формируется как компромисс между индустриальным, рыночным и репутационным порядками величия, однако характер этого компромисса различается.

У врачей индустриальный порядок — основа признания: квалификация, опыт, участие в профессиональном сообществе. Репутационный и рыночный

порядки усиливают публичную узнаваемость, но не заменяют экспертную легитимность. У коучей, напротив, индустриальные признаки встроены в маркетинговую стратегию, а ведущими становятся рыночный и репутационный порядки, основанные на визуальной представленности, рейтингах и цифровом присутствии. Иерархия признаков в этой профессии гибкая и адаптивная, подстраивается под формат платформ и ожидания клиентов. Сравнение индикаторов и атрибутов в евклидовом и социальном пространствах позволило выявить совпадающие признаки (стаж, обучение, отзывы) и функционально различающиеся: у врачей они подтверждают компетентность, у коучей — выполняют функцию позиционирования.

Таким образом, подтверждается гипотеза исследования: независимо от профессионального поля, репутация формируется как компромисс между индустриальным, рыночным и репутационным порядками величия, однако режим этого компромисса является переменной величиной, зависящей от институциональных условий, характера медиасреды и стратегии управления видимостью. При этом индикаторы и атрибуты профессиональной репутации выступают ключевыми инструментами управления ее конфигурацией, позволяя настраивать сочетание признаков компетентности, узнаваемости и доверия в соответствии с логиками признания, преобладающими в профессиях с различным порогом входа и степенью институциональной регламентации.

В Заключении подводятся итоги теоретического и эмпирического анализа профессиональной репутации как гибридного социотехнического феномена, формируемого в результате компромисса между индустриальным, рыночным и репутационным порядками величия. Обосновано определение репутации как множественной, подвижной и управляемой конструкции, включающей в себя цифровые, институциональные и культурные компоненты. Выявлены различия в механизмах репутационного признания в профессиях с разной степенью институциональной зрелости, а также предложена типология индикаторов и атрибутов, позволяющая

операционализировать управление профессиональной репутацией в разных профессиональных контекстах.

Основное содержание работы изложено в следующих публикациях автора:

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ:

1. Шутова М. В. Профессиональная репутация в цифровом обществе: от социального капитала к сетевой сборке / М. В. Шутова // Социологические исследования. — 2025. — № 5. — С. 90-99. — DOI: 10.31857/S0132162525050086. (1,04 п. л.)
2. Шутова М. В. Репутация профессиональная и деловая / М.В. Шутова // Социология. — 2025. — № 3. — С. 252-258. (0,81 п. л.)
3. Шутова М. В. Ценности как фактор формирования профессиональной репутации (в контексте теории графов) / М. В. Шутова // Социология. — 2024. — № 11. — С. 136-145. (1,16 п. л.)
4. Шутова М. В. Репутация и имидж с точки зрения социологии управления / М. В. Шутова // Дискурс. — 2024. — Т. 10. — №. 6. — С. 78-93. (1,03 п. л.)
5. Шутова М. В. Веб-ресурсы в профессиональной рутинной практике врача-хирурга / М. В. Шутова, Я. С. Рочева // Дискурс. — 2022. — Т. 8. — №. 6. — С. 85-100. (0,63/ 0,36 п. л.)

Статьи, опубликованные в других научных изданиях:

1. Shutova M. V. Digital Mediatization in Medicine: New Models of Clinic-to-Doctor-to-Patient Interaction / M. V. Shutova, Ya. S. Rocheva // RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism = Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Литературоведение, журналистика. — 2021. — Vol. 26, № 4. — P. 722-729. — DOI 10.22363/2312-9220-2021-26-4-722-729. (0,28/ 0,14 п. л.)
2. Shutova M. V. Sociological Factors of Surgeons' Professional Reputation Management (ANT Perspective) / M. V. Shutova, Y. S. Rocheva, A. L.

Shavonin // 2025 Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS), Saint Petersburg, Russian Federation, 09 апреля 2025 года. Vol. 2025. – IEEE: IEEE, 2025. – P. 192-196. – DOI 10.1109/ComSDS65569.2025.10971300. – EDN BZPNQD (В соавторстве 0,37/ 0,13 п.л.)

3. Shutova M. V. Telemedicine Consultations: Mediatization of Doctor-to-Patient Practices / M. V. Shutova, Ya. S. Rocheva // Proceedings of the 2023 Communication Strategies in Digital Society Seminar, St. Petersburg, 12 апреля 2023 года / The First Electrotechnical University. – St. Petersburg: The First Electrotechnical University, 2023. – P. 143-146. – EDN NTORMW. (В соавторстве 0,46/ 0,21 п.л.)

4. Shutova M. V. Digital Media of Personal an Institutional Patient-Doctor Interaction Practice / M. V. Shutova, Y. S. Rocheva // Proceedings of the 2022 Communication Strategies in Digital Society Seminar 2022, ComSDS 2022, St. Petersburg, 13 апреля 2022 года. – St. Petersburg, 2022. – P. 71-73. – DOI 10.1109/ComSDS55328.2022.9769160. – EDN NLXNXJ (В соавторстве 0,22/ 0,08 п.л.)

5. Шутова М. В. Проблема становления профессионального рейтинга врача в цифровом коммуникационном пространстве / М. В. Шутова, Я. С. Рочева // Общественное здоровье и формирование здорового образа жизни в России и Китае : Сборник статей XVII российско-китайской социологической конференции, к 20-летию подписания Российско-китайского договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве, Санкт-Петербург, 14–15 мая 2021 года. – Санкт-Петербург: Центр научно-производственных технологий "Астерион", 2021. – С. 210-214. – EDN XFPVSP (В соавторстве 0,25/ 0,09 п.л.)

6. Shutova M. V. Digital Media and New Patient-Clinic-Doctor Interaction Patterns / M. V. Shutova, Y. S. Rocheva // Proceedings of the 2021 Communication Strategies in Digital Society Seminar, ComSDS 2021, St. Petersburg, 14 апреля 2021 года. – St. Petersburg, 2021. – P. 87-90. – DOI

10.1109/ComSDS52473.2021.9422865. – EDN WUKGNW (В соавторстве 0,28/ 0,1 п.л.)

7. Шутова М. В. Цифровая медиатизация в медицине: новые модели взаимодействия клиника-пациент-доктор / Я. С. Рочева, М. В. Шутова // Российская школа связей с общественностью. – 2022. – № 24. – С. 32-44. – EDN HEKORE. (В соавторстве 0,28/ 0,1 п.л.)

8. Шутова М. В. Подготовка специалистов по связям с общественностью: специфика коммуникаций в рамках индустрии (на примере медицины) / М. В. Шутова, Я. С. Рочева // Социальные коммуникации: наука, образование, профессия. — 2021. — № 21. — С. 262-268. (0,18/ 0,06.)