Елена Владимировна Быкова

Санкт-Петербургский государственный университет

[e.bykova@spbu.ru](mailto:e.bykova@spbu.ru)

**Репутационные риски бизнес-субъекта в условиях новой этики**

Автор обращается к трансформации этических стандартов коммуникации в условиях новых экономических, социальных, культурных и политических вызовов и подробно останавливается на постулатах новой этики в обществе цифрового капитализма.

Ключевые слова: риски, коммуникация, новая этика, цифровой капитализм

Профессиональная PR-деятельность и HR в сфере бизнеса всегда были вписаны в локальные культурные, этические, религиозные контексты [1]. Новая этика–2021 требует пересмотра традиционного локального контекста. В мире цифровых технологий и коммуникаций IT-гиганты (Apple Inc., Microsoft, Facebook, Alibaba Group и др.) распространяют корпоративные морально-этические принципы на глобальное общество и тем самым детерминируют нормы общения в цифровом пространстве для всех пользователей вне зависимости от их социального статуса. Например, блокировка аккаунта действующего президента США Дональда Трампа в Tвиттере накануне передачи власти новому президенту вызвала бурную дискуссию о свободе слова, которая разворачивалась на страницах соцсетей в январе 2021 года. Новая этика постулирует толерантность к полу, возрасту, вероисповеданию и проч., что влечет за собой полный пересмотр правил коммуникации как в устной, так и в письменной, в вербальной и невербальной форме в публичной сфере, где корпоративная этика цифровых монополистов задает систему морально-этических координат обществу в целом.

В силу этого обстоятельства крупные инвестиционные фонды сегодня тщательно проверяют, соответствует ли та или иная компания критериям новой этики при выборе руководства и управлении персоналом, не связана ли компания с репутационными скандалами в контексте новой этики в медиасреде не только в настоящем, но и в далеком прошлом.

Новая этика и связанная с ней «культура отмены» требует от современного бизнеса включать в этические кодексы элементы, охватывающие целый ряд социальных, политических, экологических, расовых, гендерных, культурно-бытовых, религиозных вопросов, которые обострились в период глобального локдауна, вызванного пандемией и ростом социальной напряженности в мире.

В условиях экономического спада, роста социальной напряженности в условиях пандемии, «система корпоративных коммуникаций все активнее интегрируется в стратегию управления персоналом организации, PR и HR в системе внутренних коммуникаций выходит на качественно новый уровень… когда найм работников существенно сокращается, а интенсификация труда в дистанционном онлайн режиме возрастает при замораживании материального стимулирования» [2].

В русле новой этики медиатизация любого внутреннего инцидента представляет высокую ступень риска для бизнес-субъекта, компаниям грозят штрафы, специалисты высокой квалификации лишаются работы, что приводит к разрушению репутации и полному исключению субъекта бизнеса из публичной сферы [3].

Однако новая этика подразумевает новые отношения работодателя и персонала, которые актуализировались при переходе на удаленную работу во время пандемии. Новые отношения потребовали существенного переосмысления и закрепления в корпоративных кодексах бизнес-субъектов этики дистанционной работы и условий труда при цифровом капитализме.

Практика локдаунов и дистанционной работы показала, что удаленная работа требует от сотрудников больших трудозатрат. Новая цифровая этика регулирует продолжительность рабочего времени в режиме онлайн, которые исключают телефонные звонки, мессенджеры, скайпы или зумы в нерабочее время.

Цифровая этика публичных коммуникаций определяет новые отношения между работодателем и с высвобожденным персоналом, Твит уволенного сотрудника может создать риск медиатизации инцидента и привести к репутационным рискам или даже судебным издержкам работодателя [4].

Новые стандарты коммуникаций в цифровой среде постулируют непримиримое отношение к мошенническим операциям, проблемам загрязнения окружающей среды и нарушений экологии труда.

Однако новая этика, затрагивая и сферу искусства, культуры, дизайна и моды сужает пространство для творчества, поскольку требует соблюдения формальностей в ущерб содержанию и унифицирует область, которая не может подвергаться унификации.

Литература

1. Гавра Д. П., Быкова Е. В., Савицкая А. С. PR-этика в развивающихся экономиках: проблемы формирования этических компетенций в системе образования // Век информации. 2018. № 2–2. С. 174–176.

2. Быкова Е. В. HR и репутация ответственного работодателя // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. 2015. № 1. С. 13–23.

3. Магун А. Откуда взялась «новая этика»? И насколько она левая и тоталитарная? <https://meduza.io/feature/2021/02/23/otkuda-vzyalas-novaya-etika-i-naskolko-ona-levaya-i-totalitarnaya>

4. Чеботарева Е. Новая этика в компаниях, или как не потерять миллион долларов из-за твита. <https://www.forbes.ru/forbeslife/409915-novaya-etika-v-kompaniyah-ili-kak-ne-poteryat-million-dollarov-iz-za-tvita>