

Проблема формирования новой этики в условиях цифровизации экономики

Научный руководитель – Лавров Михаил Николаевич

Какорина Ю.Н.¹, Туржина А.С.²

1 - Московский государственный областной университет, Москва, Россия, *E-mail: yuliya.ananas.kakorina@mail.ru*; 2 - Московский государственный областной университет, Москва, Россия, *E-mail: yuliya.ananas.kakorina@mail.ru*

Четвертая промышленная революция (industry 4.0) в современном мире задала ключевые тенденции, задающие как характеристики рабочих мест, так и векторы трансформации организационной культуры во многих отраслях экономики. Динамика генерации новых данных при взрывном прогрессе в создании датчиков и возможностях передачи данных в условиях сетей 4 и 5g создает колоссальные возможности для цифровизации экономики, определяя новый характер экономических взаимосвязей и новых экономических лидеров: Uber, Amazon, Booking и др. В условиях внедрения кибер-физических систем резко сократилась потребность в человеческом труде, совершенствование нейронных сетей позволяет говорить о перспективах передачи машинам большинства рутинных задач, не связанных с значительной когнитивной деятельностью, в целом в условиях глобализации стимулируется передача многих производственных и сервисных этапов на аутсорсинг. [1] Расширение локальной конкуренции за рабочие места в новых условиях развития дистанционной занятости по новому ставит вопросы как поиска и развития персонала, так и организации внутрикорпоративных коммуникаций, выработки новых моделей руководства и лидерства, построения элементов организационной культуры компании. Это происходит также на фоне развития таких социальных тенденций, как, к примеру, становление сетевого общества, смена ценностей поколения миллениалов и др. В этих условиях актуальными становятся вопросы этики в условиях развития шестого технологического уклада и всеобщей цифровизации. Этические аспекты внедрения цифровых технологий можно условно разделить на ряд аспектов, как внешних по отношению к отдельной компании, так и внутренних. В контексте внешних объективных факторов, вызывающих дискуссии о новой цифровой этике, следует прежде всего отметить следующие. Во-первых, этика работы с большими данными (big data), принадлежащими физическим лицам и формирующимися частными корпорациями, ставит вопросы как стоимости данных массивов и организации доступа к ним, так и возможность за счет глубокого анализа выявлять сложные и скрытые связи и характеристики отдельных лиц, и за счет этого получать возможность осуществления манипуляций, к примеру, их поведением. Во-вторых, возникают вопросы этичности применения искусственного интеллекта в различных сферах деятельности людей, в том числе в образовании, медицине, правоохранительной, судебной деятельности и т.д. В данном контексте важна минимизация предвзятости алгоритмов искусственного интеллекта и степени доверия к людям, осуществляющим его программирование, настройку, обучение и иные действия. Также стоит отметить важность этических вопросов, связанных с использованием интернета вещей, создающего свою особую социальную, политическую, экономическую и в итоге этическую среду.[3] В контексте внутренних по отношению к организации аспектов цифровизация ставит новые задачи в связи со следующими моментами: возможность повышения эффективности деятельности компании за счет детализации учета деятельности сотрудников и конкретизации их KPI, что может повысить психологическую нагрузку на коллектив; сокращение количества персонала, занятого рутинными обязанностями в силу автоматизации подобных рабочих мест повысит долю образованных, высококвалифицированных сотрудников, занятых креативной, творческой деятельностью и приносящих значимый результат для компании, что повышает

их ценность и предъявляет высокие требования к управлению ими; распространение дистанционной занятости снизит ценность многих моделей взаимодействия с сотрудниками, построенных на личном общении, в пользу обезличенного цифрового взаимодействия; при этом в условиях роста количества удаленных работников возможно формирование коллективов из носителей ценностей различных народностей, религии и пр., что предъявляет новые, более высокие требования к развитию у руководителей и лидеров коллективов навыков эмпатии и кросскультурности. Данные новые условия должны найти своё отражение в новых кодифицированных положениях и неформальных нормах корпоративной этики, определяющей специфику реализации власти и лидерства в компании [2]. Безусловно, отказ от достижений, связанных с цифровизацией, невозможен в силу большого роста конкурентоспособности учреждений и компаний, применяющих данные достижения 4-й промышленной революции. Соответственно, необходимо широкое обсуждение и выработка новых правовых и культурных механизмов, определяющих в условиях цифровизации вопросы конфиденциальности и безопасности данных, ограничения и идентификации доступа к ним на различных уровнях - как на уровне государства, так и внутри отдельной компании, а также выработки решений, повышающих степень доверия к используемым нормам и решениям. Важным представляется также расширение различных образовательных практик в сфере менеджмента по обучению руководителей и персонала новым аспектам цифровой этики, совершенствования системы подготовки специалистов в сфере менеджмента, развитию у них новых профессиональных компетенций в соответствии с объективно существующим запросом в реальной экономике.

Источники и литература

- 1) Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Цифровая экономика и социально-этические ценности // Теория и философия хозяйства, 2018, С.7-11
- 2) Пряжникова Е.Ю. Ключевые компетенции лидера в ведущих научно-технических секторах в условиях цифровизации экономики // Проблемы современного педагогического образования, 2019, №65-3, С.304-308.
- 3) Халин В.Г., Чернова Г.В. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Управленческое консультирование, 2018, №10, С.46-62.