

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2020, №4, Том 12 / 2020, No 4, Vol 12 <https://esj.today/issue-4-2020.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/33ECVN420.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Голохвастов Д.В., Абабкова М.Ю., Ильина И.А. Социально-коммуникационный подход к анализу изменения трудового поведения экономических агентов // Вестник Евразийской науки, 2020 №4, <https://esj.today/PDF/33ECVN420.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Golohvastov D.V., Ababkova M.Yu., Ilyina I.A. (2020). Social communication approach to the analysis of changes in the labor behavior of economic agents. *The Eurasian Scientific Journal*, [online] 4(12). Available at: <https://esj.today/PDF/33ECVN420.pdf> (in Russian)

УДК 659.4

ГРНТИ 06.77.90

Голохвастов Дмитрий Владимирович

ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики», Санкт-Петербург, Россия
Доцент кафедры «Управления персоналом»
Кандидат экономических наук
E-mail: lel@bk.ru

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=859038

Абабкова Марианна Юрьевна

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», Санкт-Петербург, Россия
Доцент Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью
Кандидат экономических наук, доцент
E-mail: ma-rianna@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6589-8523>

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=252307

Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/B-8350-2018>

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57200258307>

Ильина Ирина Анатольевна

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина)», Санкт-Петербург, Россия
Доцент

Кандидат филологических наук

E-mail: inka4@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0965-4612>

WoS: <https://publons.com/researcher/3773504/irina-ilyina/>

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=238455

Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/AAT-6661-2020>

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57208472685>

Социально-коммуникационный подход к анализу изменения трудового поведения экономических агентов

Аннотация. Пандемия обратила внимание на гуманитарные технологии управления поведением, включая активное экономическое поведение населения в условиях кризиса. Социальная изоляция нарушила привычные поведенческие модели и вынудила органы управления на всех уровнях искать инструменты, которые позволили бы оказывать воздействие на самостоятельных индивидов.

Понятие экономического агента отражает, с одной стороны, автономность интересов действующего экономического субъекта, с другой, инфраструктуру, в которой субъект может выбрать пути реализации своих интересов.

В статье рассмотрены проблемы функционирования институтов общества, которые в условиях пандемии могут решаться на основе подходов социальных коммуникаций. В частности, в условиях недостатка социальных коммуникаций вне замкнутой группы и избытка общения с постоянными членами группы получили распространение как конструктивные, так и разрушительные модели поведения, связанные как с рациональными, так и эмоциональными факторами.

При этом в триаде «разум – эмоции – поведение» конативный фактор трехкомпонентной модели оказался наиболее осложнен изоляцией, поскольку возникла массовая потребность в новых моделях поведения при отсутствии образца для имитации. В частности, практически все компании столкнулись с необходимостью изменить показатели эффективности КРІ для удаленной работы, поскольку оказалось, что стандарты офлайн-присутствия не подходят для оценки работы сотрудников в онлайн-пространстве, для новых процессов.

Методология подготовки материала включала социально-экономический анализ теоретических подходов и концептуальных инструментов в области социальных коммуникаций, анализ документов и складывающихся в условиях социальной изоляции практик поведения экономических агентов, что позволило выявить направления применения социальных коммуникаций для посткризисного развития. Показано, что социально-коммуникационный подход полезен для управления трудовым поведением в условиях, когда привычные формы общения и взаимодействия были утрачены, когда оказались нарушены традиционные психологические механизмы и рациональные пути решения профессиональных задач, когда построение траекторий действия из латентной стало явной функцией управленческого звена компаний. Авторами представлен обзор концептуальных подходов социальных коммуникаций, которые показали свою состоятельность в условиях развития новых форм трудового поведения.

Ключевые слова: социальная коммуникация; трудовое поведение; изоляция; экономический агент; организационные интеракции

Моделирование трудового поведения опирается на стабильные устойчивые формы активности человека в рабочей обстановке. Пандемия и кризис нарушили регулярную воспроизводимость паттернов поведения и потребовали быстрого возникновения (изобретения) образцов и копирования (инновации) [1] моделей трудового, управленческого, предпринимательского поведения [2].

Внезапный характер кризиса исключил фазу «размораживания» [3], отказа или сомнения в эффективности устоев, устоявшихся моделей поведения, не удалось провести подготовку изменений, сформировать мотивацию к поиску и построению новых форм взаимоотношений. Вместо постепенного, свободного и взвешенного отбора наиболее результативных поведенческих моделей люди были принуждены в панике и спешке хвататься за первые попавшиеся способы выживания и сохранения экономического и социального положения и уровня потребления для домохозяйств, для себя и своих семейств.

Одну из проблем составляли процессы распространения информации и сознательных поведенческих реакций: задачи информирования о проблемных зонах и сообщения о появлении некоторого эффективного поведенческого образца более не решались путем прямых межличностных контактов или публикации в традиционных СМИ, т. е. информация о поведенческой модели в кризисной ситуации не прошла фильтрацию ни через личный опыт

практики поведения и его последствий, ни через проверку, структурирование и сравнение с аналогичными случаями, которые могли бы позволить подтвердить эффект данного варианта поведения и уточнить его последствия, включая дисфункции.

Выбор образца поведенческой модели как эталона для воспроизводства и его апробации в конкретных организационных бизнес-процессах происходил случайно и инстинктивно, опираясь только на интуицию. Можно заметить «на полях», что российский бизнес оказался в большей мере готов к пандемийному кризису потому, что интуиция российских предпринимателей за последние примерно 35 лет уже «натренирована» на действия в кризисе; вместе с тем, как отмечают предприниматели: «Российский бизнес к кризисам привык – за свою историю он пережил не одну сложную ситуацию. Но такого, чтобы нам физически запрещали работать, ещё не было» [4]. В таких специфических условиях выработка новых решений происходит изолированно, единственным инструментом ознакомления с первым опытом действия в условиях социальной изоляции и ограничительных мер, по сути, стало пространство Интернета, со всеми его недостатками: неструктурированностью, спонтанностью рейтингов и случайным выбором, поисковыми алгоритмами выбора на основании простой (вне зависимости от подлинности и верности данных) статистики релевантных запросов и опорой на предыдущее виртуальное поведение субъекта.

Спонтанность и случайность, опора на прошлое и неструктурированность информации в сети стали основными проблемами при поиске решений.

Эти задачи решают коммуникационные технологии, которые в стабильной ситуации позволяют проследить процесс диффузии поведенческой инновации и организовать его, направить, скорректировать, предотвратить нежелательные последствия [5] (например, закрепления неэффективной поведенческой формы, если для конкретной организации данная форма поведения не подходит или создаёт опасность формирования институциональной ловушки, возникновения организационной дисфункции [6] и т. п.).

Второй тип проблем связан с организацией коммуникаций внутри групп индивидов с разными задачами – речь идет, прежде всего, об удаленной работе, проходящей в домохозяйствах с детьми и родными. Если в мегаполисах частой формой проживания является нуклеарная семья (один человек, пара или пара с детьми), то на менее урбанизированных территориях по-прежнему широко распространено традиционное совместное проживание расширенной семьи (семей братьев и сестер, пожилых родственников, часто нуждающихся в уходе).

Выполнение функциональных рабочих задач перенесено в пространство, изначально предназначенное для реализации иного (часто, противоположного) характера задач: ежеминутной заботы о детях и престарелых членах семьи, взаимной душевной поддержки в тесных межличностных взаимодействиях и в атмосфере доверия, расслабления, отдыха, в целях рекреации, воспроизводства ресурсов и в естественном ритме удовлетворения потребностей. Это полностью противоречит принципам организации труда в пространстве организационных бизнес-процессов: четкий график и «дедлайны», концентрация на содержании действий, сосредоточенность на поставленных задачах [7], а не на отношениях людей, приоритет рациональных целей над эмоциональными импульсами [8].

Наряду с противоречиями организации пространства функционирования, возникли и проблемы собственно взаимоотношений в коллективе. Период пандемии позволил выявить изменения экономического поведения, связанные с соблюдением физической дистанции и расширением изоляции вплоть до полного нахождения 24 часа в сутки в замкнутом пространстве – дома, в вахтовых центрах, в помещениях работы на непрерывных производствах и т. п. В результате, на значительные массы населения распространились те

модели поведения, которые свойственны участникам экспедиций и рейдов. Если для экспедиционных коллективов или команд подводных лодок [9] проводятся социально-психологические обследования и тренинги членов таких сообществ, то пандемия привела к изолированному сосуществованию людей, которые оказались лишены возможности остаться наедине с собой или поменять группу, состав которой был сформирован ими добровольно и самостоятельно (в случае нахождения дома) или случайно (в случае вахты и в аналогичных ситуациях), но для иных по длительности (регулярных и/или краткосрочных) и содержанию (отдых, путешествие, конкретное задание) задач.

В результате, указанные два блока проблем: выработка поведенческих моделей в отсутствие своевременной надежной информации и организация деятельности в не подходящих деятельностным задачам условиях, – привели к поиску целостных подходов к анализу изменений экономического поведения в целом и к научно-практическому синтезу.

Методы социальных коммуникаций представляют собой основной предмет данной статьи с точки зрения осмысления их релевантности обстоятельствам и с позиций систематизации их применения в пост-пандемийный период.

Анализ документов и сложившихся практик управления организациями в период социальной изоляции позволил выявить ряд изменений в организации трудового поведения экономических агентов, в функционировании социальных институтов, определяющих выбор поведения индивидуальных и ассоциативных (коллективных) субъектов, сформулировать основные способы применения социально-коммуникационных подходов для решения задач организации труда и, в целом, экономической активности в период после пандемии.

Ответом на пандемию covid-19 стали следующие группы явлений в сфере организации трудового поведения экономических агентов:

- физическое дистанцирование между участниками трудового процесса;
- ограничение помещения для работы (в худшем случае, рабочим местом стали комнаты малой площади, с присутствием нескольких маленьких детей и пожилых родственников, требующих медицинского ухода);
- быстрое самостоятельное изучение онлайн-инструментов взаимодействия и цифровых технологий выполнения специализированных рабочих функций;
- освоение правового и корпоративного регулирования удаленной работы;
- распространение высокой степени неопределенности на всех участников организационных бизнес-процессов, включая наемных сотрудников, при этом распределение фактических последствий (ответственности) не сопровождалось распределением компенсации (прибыли как вознаграждения за риск);
- разочарование в способности государства решать проблемы и понимание беспомощности государственных структур (что не всегда было адекватно реальности), исключение составляют Китай, Тайланд, Южная Корея, Словения, где меры карантинного характера были достаточно эффективны, чтобы почти полностью остановить распространение коронавируса, и тем не менее, недовольство действиями правительства проявилось и в Китае;
- переоценка приоритетов в системах ценностей и в нормах поведения, например, повышение роли социальной сферы, здравоохранения и образования, переосмысление их значимости, а также роли других отраслей сервиса, таких как торговля (включая работу курьеров), индустрии красоты (парикмахерские и

салоны красоты открывались едва ли не в первоочередном порядке, после предприятий, обеспечивающих производства непрерывного цикла);

- изменение места волонтеров в обществе, поскольку свобода перемещения и деятельности оказалась одним из источников опасности заболевания;
- переосмысление сути понятия ответственности и его ограниченности, от ответственности всех членов общества за предотвращение распространения вируса по популяции до ответственности каждого молодого члена семьи за заражение более уязвимых родных и близких; социальная ответственность оказалась не в том, чтобы выйти и действовать, а в том, чтобы реорганизовать активность внутри замкнутых помещений с минимизацией контактов;
- новая интерпретация возрастной стратификации общества (в первые недели обнаружена корреляция смертности от вируса с возрастом, пожилые люди были признаны группой риска, семья как место совместного проживания молодых и пожилых оказалась менее удачной формой, взрослые члены семьи начали массово приобретать умные устройства, часы и смартфоны, для связи с пожилыми родственниками и для удаленного контроля их самочувствия);
- сужение или утрата контроля над привычными зонами неопределенности.

Минимизация затрат и урезание потребления «новых блокадников» [10] хотя и вызывает сопротивление (люди пытаются сохранить достигнутый уровень потребления [11]), но будет происходить – в форме создания собственных запасов (из опасения дефицита при второй волне и с возвратом к привычному складированию резерва продуктов питания с длительным сроком хранения и собственного консервирования, что было свойственно предыдущим поколениям – до поколений X, Y и рождения Z [12]) и отказа от «премиум» товаров и сужения потребляемых услуг (как выяснилось в период нахождения дома, часть обслуживания люди могут выполнить сами из-за сокращения расходов и вынужденного безделья). Сберегательный и инвестиционный типы поведения показали обычные для кризисов колебания настроений инвесторов: на рис. 1 отражена динамика поведенческого индекса «страха и жадности», Fear & Greed Index, который рассчитывает CNN Money¹.

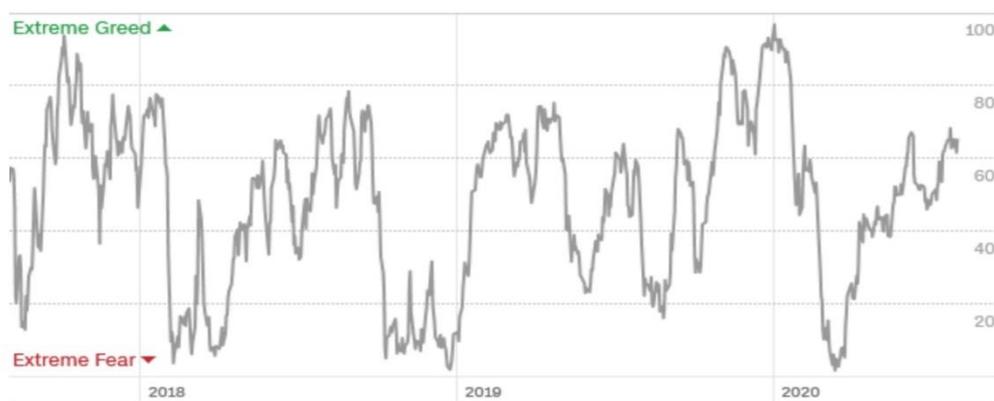


Рисунок 1. Колебания индекса «страха и жадности» с 1 авг. 2017 по 1 авг. 2020

Как видно из графика, осторожный настрой инвесторов в марте 2020 года повторял аналогичные колебания почти к нулевому уровню «аппетита к риску» (к максимальной осторожности) в феврале–марте и в октябре–декабре 2018. В то же время, инвестиционно-

¹ Fear & Greed Index. What emotion is driving the market now? // CNN Business. <https://money.cnn.com/data/fear-and-greed/> (дата обращения 03.08.2020).

сберегательное поведение российского населения весной 2020 г. показало существенное изъятие вкладов из банков, что связано как с планами правительства ввести подоходный налог на доходы, полученные по депозитам, так и с необходимостью финансировать текущее потребление в связи с утратой других источников доходов, прежде всего, заработков.

Безработица в странах мира выросла во 2 квартале 2020 г.² (табл. 1):

Таблица 1

**Уровень безработицы в ряде стран по кварталам
за 2 года, 2018–2020, % к экономически активному населению**

	Q3-2018	Q4-18	Q1-19	Q2-19	Q3-19	Q4-19	Q1-20	Q2-2020
Australia	5.2	5.0	5.0	5.2	5.2	5.2	5.2	7.0
Austria	4.9	4.8	4.8	4.5	4.5	4.2	4.5	5.5
Canada	5.9	5.7	5.8	5.6	5.6	5.7	6.3	13.0
Denmark	5.0	5.1	5.3	4.9	4.9	5.1	4.9	5.4
Germany	3.4	3.3	3.2	3.1	3.0	3.2	3.6	4.1
Iceland	2.7	2.8	3.1	3.4	3.5	3.5	3.7	4.3
Korea	4.0	3.9	3.9	4.0	3.5	3.6	3.7	4.2
Netherlands	3.8	3.6	3.4	3.3	3.5	3.4	2.9	3.8
Sweden	6.4	6.4	6.7	6.5	7.0	6.9	7.2	8.5
United States	3.8	3.8	3.9	3.6	3.6	3.5	3.8	13.0

Составлено авторами на основе данных ОЭСР по ежемесячным экономическим показателям: URL: https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=MEI_BTS_COS (дата обращения 3.8.2020)

В Канаде и США уровень безработицы вырос более чем в 2 раза, в Швеции с ее мягким режимом добровольной социальной изоляции – с 6,9 % в последнем квартале 2019 г. до 8,5 % во втором квартале 2020 г. Динамика 6 месяцев 2020 г. иллюстрирует влияние пандемии на безработицу и показывает специфические эффекты пандемии с учетом закрытия границ (рис. 2):

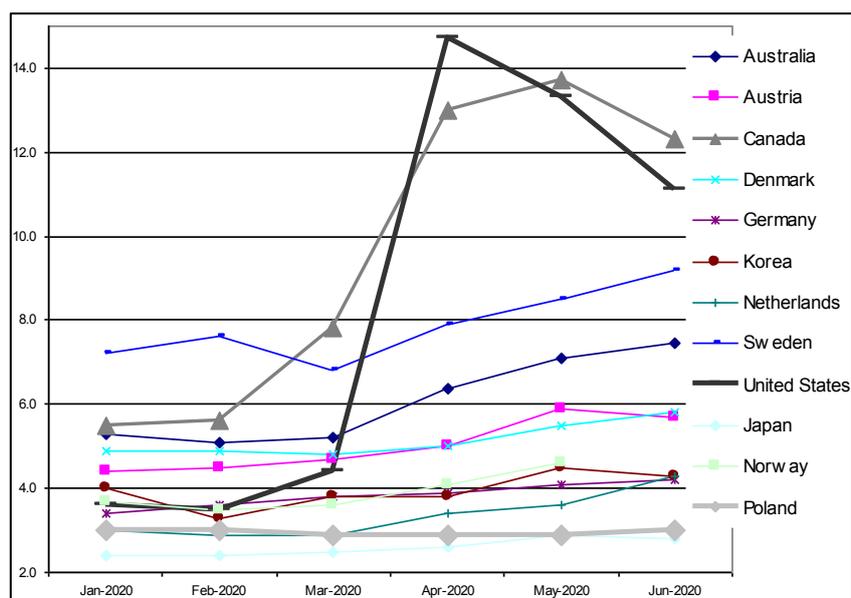


Рисунок 2. Динамика безработицы за январь–июнь 2020 г., % к экономически активному населению (составлено авторами на основе данных ОЭСР по ежемесячным экономическим показателям: URL: https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=MEI_BTS_COS (дата обращения 3.8.2020))

² OECD: Monthly Economic Indicators. URL: https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=MEI_BTS_COS (дата обращения 3.8.2020).

Как видно из приведенного на рис. 2 графика безработицы в Польше, возврат мигрантов в ближайшие к ней регионы за пределами Польши (прежде всего, в Украину) привёл к падению безработицы в марте 2020 г. по сравнению с февралем с 3,0 % до 2,9 %, лишь в июне 2020 г. общая тенденция нарастания проблем с занятостью достигла и Польши (уровень вернулся к 3,0 %).

Все виды экономического поведения: потребительское, инвестиционное и сберегательное, трудовое, предпринимательское – подверглись воздействию социальной изоляции, вызвали сужение контактов и переход в виртуальное пространство. Сокращение числа контактов потребовало возрастания качества выстраиваемых взаимоотношений. Вывод коммуникаций в сеть определяет значимость социально-коммуникативных инструментов для задачи смягчения последствий кризиса и пост-пандемического развития.

Под поведением экономического агента в целом понимают совокупность целенаправленных решений и процессов их осуществления, которые позволяют обеспечить «поиск, сохранение рентабельных направлений производства и расширение рыночной позиции в условиях меняющейся внешней среды на основе установления взаимосвязей, взаимоотношений и взаимодействий между экономическим агентом и его контрагентами, внутренней и внешней согласованности системы интересов всех участников хозяйственной деятельности, обеспечивающих динамическое соответствие в системе» [13]. Как правило, экономическое поведение нацелено на максимизацию выгод при минимизации затрат, при этом выгоды и затраты могут носить разнообразный характер: финансовый, социальный, психологический, культурный и пр. В этой связи, социальные коммуникации как фактор экономического поведения [14] широко исследуются в институциональной экономике [15]; О. Уильямсон, анализируя логику рационального выбора, рассматривал доверие как фактор снижения риска [16]; М. Кассон изучал влияние культуры на экономическую эффективность [17]; М. Грановеттер ввёл понятие социальной укорененности (social embeddedness) экономического поведения [18]; Р. Сведберг анализирует предпринимательское поведение и показывает значимость сети отношений и участия в предприятии других, помимо предпринимателя, действующих лиц (акторов) [19]; широко исследуются этнокультурные и ценностные регуляторы экономического поведения [20–22].

Исследования поведения экономического субъекта рассматривают его как «игрока» [23], «агента» [24], «актора» [25], «индивида» [26], «человека» [27] и «героя» [28]; в случае ассоциативных субъектов, как правило, речь идет о бизнес-структурах и иерархиях [29], ответственном поведении организаций (socially responsible organization behaviour) [30], стейкхолдерах и корпоративном управлении (governance) [31], коллективном совершении выбора [32].

В условиях пандемии, наряду с тенденциями «затягивания поясов» и рационализации в потребительском поведении [33], резкого предпочтения сбережения в ущерб инвестированию, произошли и трансформации в системе предпринимательского, трудового, проактивного и реактивного созидательного поведения. Хозяйственные интересы ушли на второстепенный план, с одной стороны, поскольку приоритет популяционного выживания был обеспечен государством силовыми методами, с другой, поскольку творческие импульсы и стресс вынудили людей к поиску новых форм взаимодействий.

Социально-институциональные изменения нашли отражение в трудовой и предпринимательской экономической активности: выросла роль инициативных движений (виртуальных флэшмобов), производительная активность сместилась в замкнутое пространство (домохозяйство в социальной изоляции), изменилась интерпретация предпринимательства как принятия рисков и ответственности – в условиях, когда рассчитать риски невозможно и когда средства реализации ответственности ограничены требованиями

сократить физические контакты для остановки или замедления распространения заражения в целом и своей семьи в частности. Самостоятельная инициативная и организационная занятость были блокированы на длительное время. Трудовое поведение, если рассматривать его в марксистской парадигме как системную последовательность осознанного совершения выбора действий в контексте созидательной деятельности по удовлетворению потребностей, наряду с предпринимательским поведением составляет спектр конструктивной производительной деятельности. Творческое разрушение в бизнесе (creative destruction) отражает ту грань инновационного поведения [34], которая приводит к замене устаревших форм деятельности, технологий, методов, продукции, а также социальных структур [35] на новые.

Как всякий кризис, пандемия вызвала волну разрушения неэффективных форм взаимодействий, в т. ч. увольнение наименее эффективных сотрудников и банкротство компаний, не накопивших финансовой «подушки безопасности». Это, вероятно, будет способствовать не только цифровизации и роботизации, интеллектуализации [36] всех отраслей, ускорению распространения Интернета вещей как формы построения сквозных цепочек от потребности к производству и поставке товара (оказанию услуги), но и переосмыслению информационных потоков и каналов, быстрому совершенствованию инфраструктуры и развитию содержательных аспектов, контента и контекста.

Пост- или мета-модерн опирается на контекстуальность как ключевую, фундаментальную характеристику регуляции поведения: осмысление связывает личность и человека с системами глобального уровня для само-актуализации в пост-традиционных контекстах («reflexivity links self and body to systems of global scope» for «self-actualisation in post-traditional contexts») [37]. Принятие решений и совершение выбора в экономическом действии «встраиваются в конкретные, непрерывные системы социальных отношений» [38]. Социальная регуляция в сетевом обществе приобретает разнообразие форм с интеграцией множественности инструментов [39], финансовых, политических, социальных, психологических. Поведение экономических агентов направлено на «задачу гармонизации индивидуальных и ассоциативных интересов разнородных по своему социально-экономическому статусу общественных групп» [40].

В неоклассической экономической теории утверждается примат дефицита благ: «ради удовлетворения потребностей в условиях ограниченности благ люди вынуждены вступать в отношения не только к внешним предметам, но и между собой» [41]. Но последние полвека показали, что содержание отношений между индивидами как личностями и как участниками социальных процессов, во-первых, определяются не экономическими интересами (самопожертвование и альтруизм, справедливость и доверие составляют не единственные примеры экономически не рационального поведения), во-вторых, перепроизводство и насыщенность рынков с 1960–1970-х гг. привели к снижению значимости дефицитарных органических потребностей и выходу на первый план «мета-мотивов» [42]. Несмотря на жесткие ограничения в потреблении, наибольшее распространение получили не столько способы удовлетворения дефицитарных потребностей в период пандемии, сколько реализация творческих устремлений.

Реализация закономерностей экономики впечатлений [43], предложенной для объяснения покупательского поведения, в трудовой деятельности связана с преобладанием метамотивов творческой личностной самореализации [44]. Это нашло выражение в следующих явлениях в период социальной изоляции:

- цифровые технологии, которые компании внедряли резко, неожиданно и без подготовки, потребовали инновационных и социально-коммуникативных навыков от сотрудников [45], совсем не готовых к инновациям – не прошедших никакого предварительного обучения, не подготовленных психологически, не

владеющих инструментами общения и взаимодействия (наряду с освоением удаленной отчетности, людям пришлось осваивать мессенджеры и видеосвязь);

- сотрудники вынуждены были выступать коучерами и психологами для себя и коллег и для клиентов, которые оказались весьма слабо подготовлены к переходу на специализированные цифровые технологии работы [46]. В этой ситуации, нередко программисты и системные администраторы в компаниях вынуждены были взять на себя часть работы по обучению, фасилитации, наставничеству для профессиональных специалистов;
- открытость к обучению и к выполнению новых ролей разделила всех сотрудников компаний на два «лагеря» по ориентации на выполнение задач в условиях чрезвычайной ситуации (что предполагало высокую само-дисциплину и самоорганизацию, самоменеджмент) или на пассивное проживание нерабочих дней и недель в ожидании изменений. С точки зрения макро-регулирующего, первая категория представляет собой часть населения, которые могут быть задействованы в роботизированной экономике, вторая – предмет заботы и защиты государства, например, в натуральной форме стандартного набора пищевых продуктов или в денежной форме безусловного базового дохода [47].

Социально-коммуникативные навыки и готовность к взаимоотношениям вне пределов своих должностных обязанностей отражают компетентность экономических агентов в построении коммуникационного пространства [48]. Это новое пространство включало в себя новый уровень прозрачности, включая отказ от деликатности и принятие открытости, признание «безжалостности» как фактора роста, фрустрации и стресса – как фактора личностного развития.

Если ранее сотрудники могли проявлять «тренированную неспособность» сверх-конформности («trained incapacity» resulting from «over conformity» [49]), сопротивление инновациям [50] и считать сохранение имеющегося положения дел справедливым [51], то кризис легитимизировал сокращение неэффективных и неконструктивных поведенческих практик индивидов и сообществ. Крах бизнесов и увольнение сотрудников оказались оправданы не только жестким экономическим расчетом, но и получили этическое и моральное обоснование.

Легитимизация практик эксклюзии для устаревших и неконструктивных поведенческих моделей объясняется рядом факторов: масштабами (по данным Юнеско, 1 апреля 2020 г. 1,598 млрд учащихся в 191 стране, т. е. 91,3 % всех учащихся в мире, был затронут временным закрытием учебных заведений [52]), паникой [53], новой трактовкой приоритета коллективной справедливости [54] и целесообразности, цифровизация регулирования и безопасности стали более привлекательными идеями [55] в условиях тотального стресса.

В исследовании стресса, проведенном компанией Ginger, 69 % опрошенных отметили, что коронавирусная пандемия стала наиболее стрессовым периодом за всю их профессиональную карьеру, более 88 % сказали, что испытывали от среднего до предельно высокого уровня стресс за 4–6 недель с начала марта 2020 года [56]. В России исследователи НИУ ВШЭ выявили аналогичные результаты на основе опроса 7 588 человек: более 60 % опрошенных находятся в состоянии эмоционального истощения, из них 35,3 % уже находятся в состоянии высокого истощения, 25,6 % – средний уровень. 77,3 % опрошенных ощущают утрату интереса к выполнению работы (редукция профессиональных достижений), включая 52 % тех, кто находится в высокой зоне. Более 60 % респондентов имеют симптомы средней и тяжелой (примерно поровну) деперсонализации и безразличия. Жители городов-миллионников вдвое больше истощены, чем жители сёл: 62,8 % жителей мегаполисов испытывают высокий

уровень эмоционального истощения и еще 16,2 % – средний уровень. В селах, деревнях и поселках городского типа эти показатели составляют 33,6 % для переживания высокого эмоционального истощения и 23,8 % – среднего [57].

Инновациям препятствуют рациональные опасения за утрату имеющихся ресурсов и привилегий, иррациональные страхи неопределенности [58] и культурная инерция [59]. Для смягчения факторов сопротивления выработаны социально-коммуникативные подходы, которые должны были бы применяться руководством организаций и стран. Но, как показал проведенный Kelly Services опрос 66 373 российских граждан, лишь чуть более 1/8 руководителей разного уровня общались к сотрудниками, чтобы упростить изменения, навязанные пандемией [60], по мнению 61 % респондентов атмосфера в работе стала хуже – «настроение в коллективе ухудшилось» (33 %) или «существенно ухудшилось, сотрудники в коллективе полностью демотивированы» (28 %). Это объясняется как общими проблемами социальной изоляции, так и растерянностью и беспомощностью управленческого звена в области социальных коммуникаций: лишь 13 % опрошенных указали, что руководство увеличило количество коммуникаций и старается держать сотрудников в курсе последних изменений, стремится поддержать своих работников информационно [60]. Очевидно, руководителям не хватает как общей грамотности в области цифровых коммуникаций [61], так и социально-коммуникационных навыков [62].

Часть компаний перевела большую часть персонала на удаленный режим работы и столкнулась с проблемами организации рабочего места и контроля трудового поведения: оснащение оборудованием и обучение им пользоваться, установка отслеживающих устройств, например, вебкамер, и программного обеспечения для контроля деятельности сотрудника, что поставило этические вопросы постоянной видеосъемки всего происходящего в помещении, т. е. жизни членов семьи сотрудника, которые неизбежно оказываются в кадре и в аудиозаписи. Дистанционное обучение детей в школах и вузах накладывалось на распределение компьютерных мощностей и каналов связи, если же оба супруга работали на удаленном режиме, то нахождение в одной комнате с детьми двух работников разных предприятий создавало мешанину и лишало компанию каких-либо надежд на сохранение конфиденциальных сведений, поскольку всё, произносимое в комнате или квартире, попадало в запись сразу нескольких организаций (а также в зум, в записи вебинаров и т. п.).

Задачи контроля включали замену показателей эффективности работников (KPI или аналоги – например, половина центров обработки данных к июлю 2020 г. занимались сменой KPI – 39 % или уже их сменили – 11 % [60]). Вопрос этичности полного и всеобъемлющего контроля, в пределы которого попадает вся семья сотрудника, остался нерешенным, в частности, из опасения, что в будущем фирмы будут применяться дискриминационные практики при приеме на удаленную работу, отдавая предпочтения одиноким сотрудникам без семьи.

Часть предприятий была вынуждена сочетать три формы – присутствие на рабочем месте в связи с непрерывностью производственного цикла, удаленная работа, нерабочие дни для категорий сотрудников в группе риска [63] (старше 65 лет, а это, как правило, наиболее опытные и высококвалифицированные сотрудники) либо отпуска и увольнения. Эта ситуация поставила под сомнение легитимность решений управленческого звена из-за неясности критериев и несправедливости разницы в оплате (полная оплата «обычной» работы, доля оплаты удаленной работы и больничные листы временно неработающих).

Обоснованность решений руководства потребовала более внимательного отношения управленческого звена к форме и содержанию коммуникаций: если ранее значительная часть эмоционального сопровождения (мотивация, критика, вдохновение, азарт и т. п.) и ожидаемых поведенческих реакций передавались имплицитно, через прямой физический контакт и

имитацию [64], то оцифровка коммуникаций потребовала эксплицитно выявить и четко обозначить, как правило, вербально или визуальными средствами, аффективный заряд энергии и конативные поведенческие паттерны. В частности, руководители работников вынуждены более точно, подробно, однозначно формулировать задания.

Кризисные коммуникации включают в себя ряд принципов, связанных с быстротой и прозрачностью действий административных структур: например, в стабильной ситуации при возникновении чрезвычайного происшествия, загрязнения среды, ошибки на производстве, повлекшей вред людям и природе и т. п. кризисные коммуникации диктуют обеспечение, прежде всего, доступ к источникам информации от лица компании (как правило, руководителям, иногда владельцам), четкому предоставлению имеющихся сведений и пояснению причин, по которым часть данных не может быть предоставлена (например, полицейское расследование, невозможность рассчитать ущерб из-за особенностей природной среды или биологических процессов и т. п.).

Указанные «стандартные» принципы кризисных коммуникаций оказались вполне применимы и в ситуации пандемии, но теперь они должны применяться не на уровне «исключительной ситуации», а на уровне всеобщего управления, построения взаимоотношений администраций компаний со всеми участниками организационных процессов. Одним из прекрасных выверенных инструментов стали письма владельцев или высших директоров компаний пользователям и сотрудникам, в которых первые лица компаний сообщали как о специфических обстоятельствах принятия тех или иных решений, так и об усилиях, которые организационные структуры принимают для снижения неопределенности.

Если кризисные коммуникации рассчитаны на исключительный характер взаимодействия, т. е. организация, попавшая в чрезвычайные обстоятельства, становится центром внимания множества социально-экономических субъектов, от государства до СМИ, при этом общественность, профсоюзы, работники и члены их семей выступают с активным запросом по отношению к организации, то пандемия потребовала не просто широкого применения коммуникационных средств, а проактивного и полного покрытия инструментами воздействия всех стейкхолдеров, участников организационных бизнес-процессов. В этом смысле, можно говорить о преобразовании кризисных подходов в массовые социальные коммуникации самого широкого плана. Социальный характер коммуникаций проявился, в частности, в утрате специализации части инструментов: если чрезвычайные происшествия освещают журналисты (добровольно и по своей инициативе), то в условиях пандемии все усилия по организации коммуникаций легли на сами компании, их сотрудников и административный персонал.

Методология социальных коммуникаций опирается на фундаментальное понимание роли в цепочке создания ценности человека как сложного индивида, самостоятельного субъекта и экономического агента (действующего в своих интересах в рамках социальной структуры общества и сообществ, к которым он себя относит), нуждающегося в осуществлении контактов, в воспроизводстве регулярных связей и постоянном обмене информацией с окружающей средой.

Кажется очевидным, что в экономике знаний, в информационном обществе доступ субъекта к коммуникационным каналам и информации [65] определяет эффективность включения экономического агента в производство ценности.

Как показала пандемия, на вершине организационных иерархий не всегда осознаются задачи руководителей, лидеров, глав организаций и сообществ в построении информационных потоков и в передаче знаний, в структурировании неопределенности и незнания, в обмене представлениями о происходящем. Простой, существующий уже 30 лет инструмент письма по

электронной почте позволяет вдохновить и помогает работникам и клиентам планировать усилия и корректировать ожидания, повышает репутацию и улучшает приверженность.

В социальных коммуникациях разработан комплексный инструментарий работы с информацией и с социально-экономическими агентами в ситуациях, требующих отдельных усилий для организации производительной активности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Yuan F., Woodman R.W. Innovative behavior in the workplace: the role of performance and image outcome expectations // *Academy of Management Journal*. – 2010. – Vol. 53, № 2. – Pp. 323–342.
2. Покровская Н.Н. Социальные нормы как предмет социологического анализа: должное и действительное // СПб.: Журнал социологии и социальной антропологии. – 2007. – №1. – С. 190–198.
3. Lewin K. *Field Theory in Social Science: Selected Theoretical Papers* (Ed. by D. Cartwright.). – New York: Harper & Brothers, 1951.
4. Горбань Н. Ресторанному бизнесу рубят «хвост» по частям. Какой общепит мы получим после пандемии коронавируса? // Газета Дело (Сибирское информационное агентство), 4 июня 2020. URL: https://sia.ru/?section=398&action=show_news&id=395524 (дата обращения 01.08.2020).
5. Покровская Н.Н. Нормативная и ценностная регуляция экономического поведения российских работников // СПб.: Журнал социологии и социальной антропологии. – 2008. – №3. – С. 100–110.
6. Пригожин А.И. *Методы развития организаций*. – М.: МЦФЭР, 2003. – 864 с.
7. Пригожин И.Р. Наука, разум и страсть // *Знание – сила*. 1997. № 9. С. 44–56.
8. Покровская Н.Н. Рациональность экономического поведения // *Известия РГПУ: Общественные и гуманитарные науки*. – 2007. – №12. – С. 128–137.
9. Покровская Н.Н. Влияние кадровой регуляции в ОПК на национальное экономическое развитие // *Личность и Культура*. – 2007. – №6. – С. 28–32.
10. Уралов С. Пять кризисов, которые придут вслед за эпидемией // *Деловой Петербург*. 2 мая 2020.
11. *Политика доходов и качество жизни населения: учеб. пособие для вузов* / Н.А. Горелов, Г.Х. Гендлер, А.С. Зорин, и др.; Под ред. Н.А. Горелова. – СПб.: Питер, 2003. – 652 с.
12. Покровская Н.Н. Концептуально-теоретический анализ ценностных ориентаций и социальных установок поколения Y // *Экономика и управление в XXI веке: наука и практика*. 2017. № 4. С. 31–37.
13. Абгалдаев В.Ю. *Формирование института поведения экономического агента* // Дис. ... канд. экон. наук, 08.00.01. – Улан-Удэ: Восточно-Сибирский гос. технологический университет, 2008.
14. Абгалдаев В.Ю., Алексеева Г.Е., Цыренов А.Р. Социальная природа рациональности в трудах А. Смита и Дж.С. Милля // *Интернет-журнал «Науковедение»* Том 8, №3 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/135EVN316.pdf> (дата обращения 01.08.2020).
15. Aoki M. *Information, corporate governance, and institutional diversity*. Oxford: Oxford University Press, 2000.
16. Williamson O.E. Calculativeness, trust and economic organization // *Journal of Law and Economics*. – 1993. – Vol. 36 (April), p. 453.

17. Casson M. Cultural determinants of economic performance // *Journal of Comparative Economics*. – 1993. – Vol. 17, p. 418.
18. Granovetter M. Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness // *American Journal of Sociology*. – 1985, Nov. – Vol. 91, No. 3. – pp. 481–510. – URL: <http://www.jstor.org/stable/2780199> (дата обращения 01.08.2020).
19. Swedberg R. The social science view of entrepreneurship: introduction and practical applications // Swedberg R. (ed.) *Entrepreneurship. The social science view*. – Oxford: Oxford University Press, 2000. – p. 27.
20. Landa J.T. *Trust, Ethnicity and Identity*. – Ann Arbor: The University of Michigan Press, 1994. – p. 54.
21. Клейнер Г.Б. К методологии моделирования принятия решений экономическими агентами // *Экономика и математические методы*. – 2003. – Т.39. – №2. – С. 167.
22. Bisin A., Verdier T. The Economics of Cultural Transmission and the Dynamics of Preferences // *Journal of Economic Theory*. – 2001. – Vol. 97. – pp. 298–319.
23. Абгалдаев В.Ю. Экономические агенты как последовательные случайные игроки / *Вестник Иркутского государственного технического университета*. 2008. №4 (36). С. 123–126.
24. Голохвастов Д.В., Покровская Н.Н., Смирнов П.Д. Системные нормативные регуляторы поведения рыночных агентов в условиях экономики знаний // *Социология и Право*. – 2014. – №4 (26). – С. 12–23.
25. Kimberly J.R., Evanisko M. Organizational Innovation: The Influence of Individual, Organizational and Contextual Factors // *Academy of Management Journal*. – 1981. – Vol. 24. – Pp. 689–713.
26. Arrow K. De la rationalité de l'individu et des autres dans un système économique // *Revue Française d'Economie*. – 1987. – Vol. 2. – p. 27.
27. Лаваль К. Человек экономический. Эссе о происхождении неолиберализма / Пер. с фр. С. Рындина. – М.: Новое литературное обозрение, 2010. – 432 с.
28. Гелих О.Я. Предпринимательство как социальный феномен // *Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена*. – 2003. – Т. 3. – № 5. – С. 217–230.
29. Peter L.J., Hull R. *The Peter Principle: Why Things Always Go Wrong*. – N.Y.: William Morrow and Company Inc., 1969.
30. Nadler A., Romek E., Shapira-Friedman A. Giving in the kibbutz: Pro-social behavior of city and kibbutz children as affected by social responsibility and social pressure // *Journal of Cross-Cultural Psychology*. – 1979. – Vol. 10(1). – Pp. 57–72. DOI: 10.1177/0022022179101004.
31. Post J.E., Preston L.E., Sachs S. Managing the extended enterprise: The new stakeholder view // *California Management Review*. – 2002. – Vol. 45. – Pp. 6–29.
32. Эрроу К.Дж. Коллективный выбор и индивидуальные ценности: Пер с англ. / Науч. ред., авт. предисл., послесл. Ф.Т. Алескеров. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 204 с.
33. Покровская Н.Н. Несколько замечаний о психологии потребления книжной продукции // *Современные проблемы экономической психологии в России. Социокультурный аспект. Материалы научно-практического семинара (29–30 ноября 2001)*. – СПб.: изд-во СПбГУЭФ, 2001.
34. Sombart W. *Krieg und Kapitalismus*. – Leipzig: Duncker & Humblot, 1913.
35. Polanyi K. *The great transformation*. – Boston: Beacon Press, 1957. – p. 38.
36. Khansuvarova T., Khansuvarov R., Pokrovskaia N. Network Decentralized Regulation with the Fog-edge Computing and Blockchain for Business Development // *Proceedings*

- of the 14th European Conference on Management, Leadership and Governance ECMLG 2018, Utrecht, Netherlands 18–19 October 2018 / Ed. B.M.E. de Waal, P. Ravesteijn. – Reading UK: Academic Conferences and Publishing International Limited, 2018. – 420 p. – pp. 205–212.
37. Giddens, A. *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. – Cambridge, UK: Polity Press, 1991. – p. 214.
 38. Ingham G. (1996), "Some recent changes in the relationship between Economics and Sociology", *Cambridge Journal of Sociology*, p. 243.
 39. Pokrovskaja N.N. Tax, financial and social regulatory mechanisms within the knowledge-driven economy. Blockchain algorithms and fog computing for the efficient regulation // *Proceedings of 2017 20th IEEE International Conference on Soft Computing and Measurements, SCM 2017*. – IEEE Explore, 2017. – Pp. 709–712.
 40. Волков С.И. Экономический механизм достижения равновесия интересов агентов российского рынка труда // *Дис. ... канд. экон. наук, 08.00.01*. – Тамбов: Тамбовский Гос. Университет, 2008.
 41. Волков К.С. Детерминизм института соглашений в системе экономических отношений агентов рынка труда // *Дис. ... канд. экон. наук, 08.00.01*. – Тамбов: Тамбовский Гос. Университет, 2008.
 42. Maslow A.H. *Motivation and Personality* (2nd ed.). – New York: Harper & Row, 1970. – 302 p.
 43. Pine II B.J., Gilmore J.H. Welcome to the experience economy // *Harvard Business Review*. – 1998. – Vol. 76, no. 4. – P. 97.
 44. Pokrovskaja N.N. Leisure and Entertainment as a Creative Space-Time Manifold in a Post-Modern World // *Handbook of Research on the Impact of Culture and Society on the Entertainment Industry*, ed. Ozturk R.G. – Hershey, PA: IGI Global, 2014. – 737 p. – Pp. 21–38.
 45. Prahalad C.K., Krishnan M.S. The new meaning of quality in the informational age // *Harvard Business Review*. 1999. № 77 (5). P. 109–118.
 46. Hines A. Getting Ready for a PostWork Future // *Foresight and STI Governance*. – 2019. – Vol. 13. – №1. – pp. 19–30. DOI: 10.17323/2500-2597.2019.1.19.30.
 47. Standing G. *Basic income: and how we can make it happen*. – London: Pelican / Penguin (A Pelican Introduction), 2017.
 48. Гарин А.К., Покровская Н.Н. Партиципативное конструирование коммуникационного пространства: инди-игра minecraft как реализация концепции распределенных сетей // *Технологии PR и рекламы в современном обществе. Материалы XIII Всероссийской научно-практ. конференции / Под ред. И.П. Тростинской*. – СПб.: СПбПУ, 2018. – С. 104–108.
 49. Merton R.K. *Social Theory and Social Structure*. – Glencoe, IL; Free Press, 1957. – pp. 195–206.
 50. Alter N. *L'innovation ordinaire / Collection: Quadrige*. – Paris: Presses Universitaires de France, 2010. – 312 p.
 51. Заславская Т.И. Человеческий фактор развития экономики и социальная справедливость // *Коммунист*. – 1986. – № 13. – С. 13–26.
 52. UNESCO: COVID-19 Educational Disruption and Response // UNESCO. – URL: <https://en.unesco.org/covid19/educationresponse> (дата обращения 09.07.2020).
 53. Шрамм А.Н. Лексико-семантическая характеристика существительных, выражающих чувство страха // *Учёные записки Калининградского государственного университета*. 1969. Вып. 4. – Калининград: Калининградский государственный университет, 1969.

54. Rawls J. A Theory of Justice (Original ed.). – Cambridge, Massachusetts: Belknap Press of Harvard University Press, 1971.
55. Ababkova M.U., Kostin G.A., Pokrovskaja N.N. Master-chain as an intellectual governing system for producing and transfer of knowledge // Proceedings of 2017 IEEE 2nd International Conference on Control in Technical Systems, CTS 2017. – IEEE Explore, 2017. – Pp. 71–74.
56. Mayer K. HRE's number of the day: Coronavirus stress. Here's how many employees say the pandemic is the most stressful time of their career – and what it means for HR leaders // Human Resource Executive. April 14, 2020. – URL: <https://hrxecutive.com/hres-number-of-the-day-coronavirus-stress> (дата обращения 09.07.2020).
57. Евдокименко А.С., Стрижова Е.А., Терехова Е.С., Караськова А.В. Стресс и выгорание в ситуации пандемии // Аналитический бюллетень НИУ ВШЭ об экономических и социальных последствиях коронавируса в России и в мире. – 05.06.2020. – №4. – URL: https://www.hse.ru/data/2020/06/05/1602308791/HSE_Covid_04_2020_6_1.pdf (дата обращения 09.07.2020).
58. Kahneman D., Slovic P., Tversky, A. (Eds.) Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. – Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1982.
59. D'Ascenzo F., Golohvastov D.V., Pokrovskaja N.N. Market agents' industrial regulation and cultural inertia in smart community: social engineering or collective wisdom // Технологическая перспектива в рамках евразийского пространства: новые рынки и точки экономического роста: материалы 4-ой Международной научной конференции. – СПб.: Астерион, 2019. – 678 с. – С. 87–91.
60. Kelly Services: 70 % руководителей среднего или высшего звена отмечают сокращение найма персонала // TAdviser. – 08.07.2020. – URL: <https://www.tadviser.ru/a/513113> (дата обращения 09.07.2020).
61. Слободской А.Л., Терехова Т.А., Гарин А.К. Цифровое образование и новое технологическое поколение: спрос на новый контент в обучении // Наука о данных. Материалы международной научно-практической конференции. – СПб.: СПбГЭУ, 2020. – С. 287–289.
62. Тростинская И.Р., Сафонова А.С., Покровская Н.Н. Профессионализация образования в цифровой экономике и коммуникативные компетенции // Планирование и обеспечение подготовки кадров для промышленно-экономического комплекса региона. – СПб.: СПбГЭТУ (ЛЭТИ), 2017. Т. 1. – С. 35–37.
63. OECD Employment Outlook 2020: Worker Security and the COVID-19 Crisis. – Paris: OECD Publishing, 07 Jul 2020. – 345 p. – DOI: <https://doi.org/10.1787/1686c758-en>. – URL: https://www.oecd-ilibrary.org/employment/oecd-employment-outlook_19991266 (дата обращения 29.07.2020).
64. Абабкова М.Ю., Покровская Н.Н. Цифровая экономика знаний и будущее рынка труда как факторы эволюции когнитивной модели университета 4.0 // Архитектура университетского образования: современные университеты в условиях единого информационного пространства сборник трудов III Национальной научно-методической конференции с международным участием. Под ред. И.А. Максимцева, В.Г. Шубаевой, Л.А. Миэринь. – СПб.: СПбГЭУ, 2019. – С. 5–12.
65. Саймон Г. Науки об искусственном: пер. с англ. Изд. 2-е. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 144 с.

Golohvastov Dmitry Vladimirovich

Saint Petersburg university of management technologies and economics, Saint Petersburg, Russia
E-mail: lel@bk.ru
РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=859038

Ababkova Marianna Yurievna

Peter the great Saint Petersburg polytechnic university, Saint Petersburg, Russia
E-mail: ma-rianna@yandex.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6589-8523>
РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=252307
Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/B-8350-2018>
SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57200258307>

Ilyina Irina Anatolievna

Saint Petersburg state electrotechnical university «LETI» V.I. Ulyanov (Lenin), Saint Petersburg, Russia
E-mail: inka4@yandex.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0965-4612>
WoS: <https://publons.com/researcher/3773504/irina-ilyina/>
РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=238455
Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/AAT-6661-2020>
SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57208472685>

Social communication approach to the analysis of changes in the labor behavior of economic agents

Abstract. The pandemic drew attention to humanitarian behavioral management technologies, including active economic behavior of the population during the crisis. Social isolation disrupted habitual behavioral patterns and forced governing bodies at all levels to look for tools that would allow them to influence independent individuals.

The concept of an economic agent includes, on the one hand, the autonomy of the interests of the acting economic entity, on the other hand, the analysis of infrastructure where the entity can choose the ways to realize its interests.

The article discusses the problems of functioning of social institutions in pandemic, that can be solved on the basis of social communication approach. In particular, in conditions of a lack of social communications outside a closed group and an excess of communication with permanent members of the group, both constructive and destructive behaviors associated with both rational and emotional factors have become widespread. At the same time, in the triad “rational – emotional – behavioral” factors, the conative factor of this three-component model turned out to be most complicated under the impact of isolation, since there was a massive need for new models of behavior in the absence of a sample to imitate. In particular, almost all companies faced the need to change performance indicators, KPIs, for remote work, since it turned out that standards of evaluation of the offline presence work are not suitable for assessing the work of employees in the online space, within the new processes.

The methodology for preparing the material included a socio-economic analysis of theoretical approaches and conceptual tools in the field of social communications, analysis of documents and behavioral practices of economic agents emerging in conditions of social isolation, which made it possible to identify areas of application of social communications for post-crisis development. It is shown that the social and communication approach is useful for managing labor behavior in conditions when the usual forms of communication and interaction were lost, when traditional psychological mechanisms and rational ways of solving professional problems were violated, when the construction of trajectories of action from latent became an explicit function of the management level of companies.

The authors provide an overview of the conceptual approaches of social communications, which have shown their consistency in the development of new forms of labor behavior.

Keywords: social communication; labor behavior; insulation; economic agent; organizational interactions