



Рисунок 3 — Результаты анализа скорости загрузки сайта: компьютерная версия (а); мобильная версия (б)

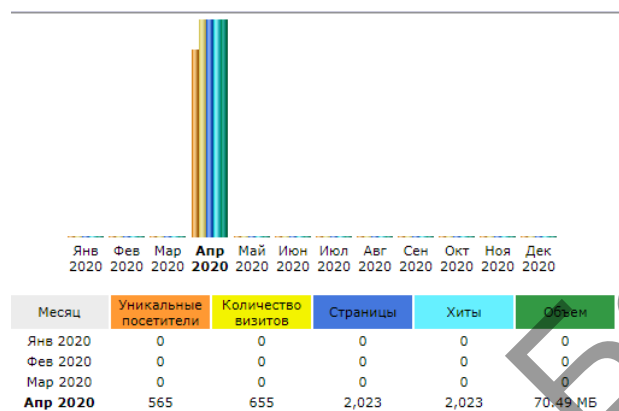


Рисунок 4 — Статистика посещения веб-сайта

Заключение. В данной работе представлена разработка веб-сайта для осуществления доставки еды. Сайт имеет удобный и дружелюбный интерфейс, полностью адаптирован для мобильных устройств.

Веб-сайт позволяет предприятию общественного питания оперативно рассказывать постоянным и потенциальным потребителям о себе, интерьере, меню и изменениях в нем, осуществлять обратную связь с ними [3; 4]. Важным конкурентным преимуществом для предприятия общественного питания является возможность для потребителей через веб-сайт задать вопрос и получить ответ, оставить отзыв, сделать заказ.

Список цитируемых источников

1. *Воройский, Ф. С.* Информатика: введение в современные информационные и телекоммуникационные технологии в терминах и фактах : новый систематизир. толковый сл.-справ. / Ф. С. Воройский. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ФИЗМАТЛИТ, 2003. — 760 с.
2. *Быстров, С. А.* Экономика и организация ресторанного бизнеса / С. А. Быстров. — М. : ФОРУМ, 2011. — С. 24—25.
3. *Лапицкая, О. В.* Применение нечеткого логического вывода при формировании ассортимента продукции предприятий питания быстрого обслуживания / О. В. Лапицкая, А. В. Шах // Экономика. Бизнес. Финансы. — 2019. — № 1. — С. 6—10.
4. *Шах, А. В.* Формирование рекомендаций клиентам интернет-магазинов / А. В. Шах; науч. рук. О. В. Лапицкая // Исследования и разработки в области машиностроения, энергетики и управления : материалы XVIII Междунар. науч.-техн. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. Гомель, 26—27 апр. 2018 г. / М-во образования Респ. Беларусь, Гом. гос. техн. ун-т им. П. О. Сухого ; под общ. ред. А. А. Бойко. — Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2018. — С. 532—535.

УДК 745/749:004

К. Н. Шевердин

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Луганский национальный университет имени Владимира Даля», Луганск

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН КАК СРЕДСТВО ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Введение. В настоящее время мы переживаем трансформацию мирового порядка, создание новой реальности посредством информационных технологий, расширение общемировых социальных, культурных, политических и экономических связей, развитие общей коммуникационной сферы. Привычные коммуника-

ционные каналы уже не способны справиться со всеми задачами и удовлетворить потребности потенциальной аудитории, которые со временем только растут. Поэтому возникает необходимость в использовании цифровых коммуникаций, которые позволяют применять различные методики для продвижения товаров, услуг, брендов, коммерческих предложений.

Цифровые коммуникации характеризуются как электронная передача (как правило, с помощью компьютера или мобильного устройства) текстовых данных, изображений, видео, голоса и другой информации, включая сообщения или публикации, передаваемые в цифровом пространстве с помощью электронных писем, видеороликов, потокового вещания в реальном времени, цифровых встреч, подкастов (звуковых и видео-файлов), сообщений в блогах, мобильных приложений, объявлений, форумов, веб-страниц, а также любых социальных сетей или платформ обмена сообщениями, таких как Facebook®, YouTube®, Instagram® и др. [1].

Поэтому цифровые коммуникации рассматриваются как мощный, наиболее действующий инструмент для взаимодействия с потребителями и эффективное средство реализации маркетинговых, рекламных, брендинговых и PR-задач.

Приоритетным средством цифровых коммуникаций является графический дизайн, который мотивирует сетевую аудиторию вступать во взаимодействие при помощи информационных средств, реагируя на знаки, образы, композиционные и цветовые решения, которые находятся в сетевом коммуникационном пространстве.

Изучением научного понятия «графический дизайн» занимались такие ученые, как О. А. Ващук, Э. М. Глитерник, С. И. Серов, Е. В. Черневич и др.

Особенности современного графического дизайна раскрываются в работах Р. Ю. Овчинниковой, Л. В. Потрашковой и др.

Цель статьи — раскрыть графический дизайн как средство цифровых коммуникаций в процессе цифровизации современного общества.

Основная часть. Дизайн как вид проектно-художественной деятельности, связанный с разработкой предметного окружения человека, систем визуальной коммуникации и информации, организацией жизни и деятельности человека на функциональных, рациональных началах, имеет приоритетное значение в развитии современного общества и играет ведущую роль в формировании образной культуры личности [2].

Появление дизайна как самостоятельной профессиональной деятельности связывают с развитием массового производства, технологий, прикладных наук. История дизайна многогранна и включает в себя факты из области архитектуры, техники, изобразительного искусства, теории знаковых систем, социологии, культурологии, проблем коммуникации, рекламы и маркетинга, функционального анализа и эргономики [3].

Дизайн как вид проектно-художественной деятельности представляет собой взаимодействие научнотехнической и визуальной художественной культуры, поэтому он отражает влияние новаций и изобретений в технике, инженерном и художественном творчестве. Дизайн одновременно продукт культуры и инструмент культурного строительства, фактор, активно формирующий культуру [2; 3].

Как и в период информатизации и компьютеризации общества, в современный период цифровизации общества в своей профессиональной деятельности дизайнер пользуется всем арсеналом проектных средств: от технического конструирования, компоновки до композиционного формо- и стилиобразования; от функционального анализа до организационных, концептуальных моделей предметной среды. Период цифровизации современного общества требует более совершенных технических возможностей и условий для качественной, безопасной и оперативной передачи текстовых данных, изображений, видео, голоса и другой информации, включая сообщения или публикации, передаваемые в цифровом пространстве с помощью электронных писем, видеороликов, потокового вещания в реальном времени, цифровых встреч, подкастов (звуковые или видеофайлы), сообщений в блогах, мобильных приложений, объявлений, форумов, веб-страниц, а также любых социальных сетей или платформ обмена сообщениями и т. п.

Специалисты видят цель дизайна в удовлетворении различных потребностей человека, включая потребность в культурной идентификации, эффективной организации предметной и информационной среды жизни и деятельности на основе художественно-образных моделей. Это работа художника с формой. Форма интегрирует понимание дизайнером всего круга стоящих перед ним задач — утилитарных, социокультурных, художественных, технологических [3]. Посредством формы дизайнер общается с потребителем — человеком. В алгоритме: «дизайнер человек — дизайнерский продукт — информация / средство общения / средство коммуникации — потребитель / человек» дизайнер является инженером мыслей и смыслов, создаваемых изобразительными средствами, конструктором мировоззрения, миропонимания, мироощущения и мироосмысления, формообразователем ценностных, моральных и нравственных параметров, приоритетов и ценностей настоящего и будущего современного общества [4].

Заключение. Графический дизайн, как один из видов художественно-проектной деятельности, занимает особое место не только в общем развитии общества в целом, как было и в период информатизации и компьютеризации, но также играет особую, универсальную, неопределимую и незаменимую роль и в период цифровизации современного общества, в функционировании и развитии каждой в отдельности сфер и видов человеческой деятельности, как инструмент, процесс, среда, способные к синтезированию графических образов, объектов изобразительными средствами и их адаптации к системам визуальной коммуникации цифровой информации без потери качества — точность передачи информации (бит в бит) [5], которые направлены на организацию жизни и деятельности человека и общества в целом.

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

1. Графический дизайн, как один из видов художественно-проектной деятельности, играет ведущую роль в период цифровизации современного общества, так как является видом деятельности, в результате которой создается исходный, первичный изобразительный (визуальный) продукт — эмблемы, логотипы, символы и т. п., которые в дальнейшем используются во всем спектре видов, направлений и сфер человеческой деятельности (экономика, политика, социальная и духовная) в целях повышения эффективности использования информации и знаний для управления, удовлетворения информационных потребностей граждан, организаций и государства и создания предпосылок перехода к информационному обществу посредством использования соответствующих цифровых устройств, систем и программного обеспечения.

2. Ввиду того, что дизайн — это одновременно и продукт культуры, инструмент культурного строительства, и фактор, активно формирующий культуру человека и общества в целом, в период формирования цифрового общества — цифровизации современного общества, на дизайнера налагается максимальная социальная, моральная и нравственная ответственность относительно создаваемого, проектируемого, окультуренного, одухотворенного высокого уровня нравственного продукта, который должен соответствовать развивающимся, созидательным гуманистическим принципам, православным и общечеловеческим ценностям, основанным на красоте, гармонии и любви к человеку [6].

3. Понимая сложность процесса воспитания, образования, формирования подготовленных и компетентных кадров для сферы дизайнерской деятельности в период цифровизации современного общества с формированием высоких морально-нравственных компетенций, необходимо в системе всех уровней профессионального профильного образования, по нашему глубокому убеждению, ввести учебные специализированные курсы и дисциплины, связанные с дизайном и рекламой для получения учащимися и студентами знаний, которые они будут использовать в своей дальнейшей профессиональной деятельности в период формирования цифрового общества, в котором приоритетом должна быть гуманистическая, созидательная, развивающая направленность деятельности человека и общества в целом на принципах и традициях православной культуры и общечеловеческих ценностей, базирующихся на любви к человеку, красоте и гармонии [6].

Данное исследование не претендует на полное или всестороннее рассмотрение всех вопросов и аспектов, которые прямо или косвенно относятся к исследуемой теме. Мы убеждены в том, что данная тема имеет перспективу дальнейших исследований и будет полезной для расширения спектра вопросов, аспектов и тем, которые касаются перспектив цифровизации современного общества и тем самым приближения формирования природосообразного цифрового общества — цифрового общества с человеческим лицом (подразумеваются моральность, нравственность, духовность).

Список цитируемых источников

1. Стандарты цифровых коммуникаций [Электронный ресурс] // AMVAY. — 2019. — Режим доступа: https://www.amway.ua/_cms-fileserver/item/1502077/. — Дата доступа: 30.04.2020.
2. Лаврентьев, А. Н. История дизайна : учеб. пособие / А. Н. Лаврентьев. — М. : Гардарики, 2007. — 303 с.
3. Руденко, Т. Ю. Понятие «графический дизайн» / Т. Ю. Руденко // Вестн. Моск. ун-та МВД России. — 2010. — № 8. — С. 154—159.
4. Человек и общество. Обществознание : учеб. для учащихся 10—11 кл. общеобразоват. учреждений : в 2 ч. / Л. Н. Боголюбов [и др.] ; под ред. Л. Н. Боголюбова, А. Ю. Лазебниковой. — М. : Просвещение, 2002. — Ч. 1 : 10 кл. — 270 с.
5. Козырев, А. Н. Цифровая экономика и цифровизация в исторической ретроспективе [Электронный ресурс] / А. Н. Козырев // Цифровая экономика. — Режим доступа: http://digital-economy.ru/images/easyblog_articles/317/DE-2018-01-01.pdf. — Дата доступа: 30.04.2020.
6. Швердин, К. Н. Воспитательное значение книжной иллюстрации / К. Н. Швердин. — Saarbrücken : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012. — 168 с.

UDC 339.976.2

D. Marushka

Belarus State Economic University, Minsk, the Republic of Belarus

APPLICATION APPROACHES OF IT STARTUPS BUSINESS MODELS ANALYSIS

Introduction. Innovation is of particular importance for the national economy development, the main element of which is startup projects development and their commercialization. “Startup” means the launch of something new. It can be represented as a temporary organization that is developing new ideas created to seek for a scalable and profitable business model in a changing environment. In a startup, you can draw a parallel with operational activities, as an ongoing and repeating process in time. There are five stages of a startup project development:

1. Idea generation. At this stage, there is a search for ideas, an extensive analysis of the market, the consciousness of a business plan and the development of technical means for translating ideas into a real product.