

Список цитируемых источников

1. Козлов, А. В. Использование цифрового потенциала предприятиями и организациями крайнего севера: сравнительный анализ Мурманской и Архангельской области / А. В. Козлов // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. — Том 11. — № 6А. — С. 287—295.
2. Киселева, Е. Г. Влияние цифровизации на инвестиционный потенциал города / Е. Г. Киселева // Финансы: теория и практика. — 2020. — 24(5) — С. 72-83
3. Жесткова, Е. С. К вопросу оценивания цифрового потенциала организации / Е. С. Жесткова // Проблемы устойчивого развития регионов Республики Беларусь и сопредельных стран: сб. науч. ст. XI Междунар. науч.-практ. интернет-конф. — Могилев, 2022. — С. 56—59.
4. Жесткова, Е. С. Методика многокритериальной оценки цифрового потенциала предприятия / Жесткова Е. С. // Материалы, оборудование и ресурсосберегающие технологии: материалы Междунар. науч.-техн. конф. / М-во образования Респ. Беларусь, М-во науки и высшего образования Рос. Федерации, Белорус.-Рос. ун-т ; редкол. : М. Е. Лустенков (гл. ред.) [и др.]. — Могилев: Белорус.-Рос. ун-т, 2023. — С. 457—458.
5. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/oficial_statistika/2023/Nagljidno_zifrivaja_economika.pdf — Дата доступа: 24.04.2024.

УДК 349.3

Е. А. Попова, Е. Ю. Голубева

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Северный (Арктический) федеральный университет», Г. Архангельск, Российская Федерация

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ КАК ЧАСТЬ ОБРАЗА ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

Ведение. Изначально процесс цифровизации начинался с экономики, но постепенно изменил и другие сферы жизни. У термина есть несколько определений. Например, профессор Walter Brenner считал, что цифровизация — это агрессивное использование электронных данных, способствующих созданию новых продуктов и услуг, которое приносит большую полезность и новую культуру управления. [1] Другие ученые отмечали, что цифровизация характеризуется активным внедрением цифровых технологий обработки и передачи информации во все сферы человеческой деятельности. Таким образом, можно сделать вывод, что цифровизация это форма отношений, при которой создаются новые цифровые модели и продукты.

На сегодняшний день можно отметить, что процесс цифровизации сильно изменил нашу жизнь, почти каждый человек не может представить свой день без использования интернета, приложений и программ. На протяжении 20 лет человек применяет разные медиаресурсы в своей повседневной жизни для приобретения: информации, досуга, в учебных и рабочих целях. Многие люди даже не осознают, что каждый день используют медиа в своей жизни. Это связано с развитием электронных информационно-коммуникативных технологий, традиционные СМИ стали трансформироваться в цифровой реальности. Таким образом, постепенно образ жизни человека постепенно трансформировался в цифровой и социальной среде. Образ жизни — это привычное для людей состояние, возможность заниматься учебными, профессиональными видами деятельности, которые формируется из конкретного географического, экономического, культурного и религиозного подтекста [2]. Цифровая трансформация преобразила жизнь человека и показала новые возможности информирования людей.

Согласно ст. 13 ФЗ № 442 «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» поставщики социальных услуг (разные социальные организации и учреждения) должны сформировать общедоступную информацию о своей деятельности, которая будет размещена на информационных стендах, в СМИ, в сети «Интернет», в том числе на официальном сайте этой организации.[3] Информация должна быть открытой и все доступной. Новые медиа являются в этом случае основным источником размещения, так как включает себя интернет-площадки, социальные сети, подкасты, блоги, кино, виртуальные сообщества и другое.

Основная часть. На территории Архангельской области 59 разных организаций социального обслуживания, которые размещают всю актуальную информацию на сайтах учреждений, а также данные о деятельности в учреждении. [4] Развитие медиа позволило оптимизировать передачу данных получателям социальных услуг. Согласно государственной программе «Социальная поддержка граждан в Архангельской области» и ее подпрограмме 7 «Приоритетные социально значимые мероприятия в сфере социальной политики Архангельской области» одним из важных аспектов будет являться наличие сайта у учреждений социального обслуживания. Согласно 6 подпрограмме «Повышение качества жизни граждан пожилого возраста и инвалидов в Архангельской области» сайты выступают как инструменты вовлечения детей-инвалидов, детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, граждан пожилого возраста и инвалидов, многодетных семей в социально значимые мероприятия, проводимые с целью формирования и укрепления в обществе нравственных ценностей, повышения уровня социально-культурного обслуживания граждан пожилого возраста, инвалидов, семей и детей, находящихся в трудной жизненной ситуации (не менее 5000 человек ежегодно), повышение социальной привлекательности и престижа. [5] Вся информация излагается в определенном формате, который со временем начинает изменяться и поставщикам услуг нужно понимать тенденции и возможные перспективы форм передачи данных, для того чтобы каждый получатель смог узнать информацию в удобной для него форме.

Цель исследования: рассмотреть какой формат и способ преподнесения информации является актуальным для новых медиа продуктов в учреждениях социального обслуживания в Архангельской области.

В широкой интерпретации «новыми медиа» именуется средствами массовой информации, существующие в интернете. В качестве основных характеристик новых медиа выделены такие, как наличие цифровых носителей, гиперссылок, сетевого устройства, обеспечение интерактивности, виртуальность, симуляция реальности.

Если рассматривать разных получателей социальных услуг, то персонализация контента является важным компонентом передачи информации, это связано с тем, что клиентов социальных учреждений можно разделить по возрастному составу и социальному положению в обществе, поэтому необходимо учитывать психологические особенности распространения информации. Другими словами, формат и модель донесения информация для молодежи не будет эффективен для людей пожилого возраста. Например, резкие переходы, яркие картинки и динамичная музыка будет воспринята молодым поколением положительно, а у большей части пожилого населения можно не наблюдать должного эффекта, и наоборот

Стоит отметить, что по мнению многих исследователей форматы контента становятся более короткими и организуются в плане подачи содержания таким образом, чтобы привлечь аудиторию за более короткий интервал времени. В основе новых медиа лежат интернет-технологии, но Коммуникация может выходить за их рамки. Ключевой особенностью является интерактивность. Многие исследователи отмечают, что разнообразность этого вида медиа позволяют устанавливать связи, которые раньше прекращались или находились в разных плоскостях. Принципиальное отличие интерактивного воздействия от традиционных СМИ состоит в том, что в сети коммуникаций разворачиваются в одной и тоже среде - интернет, не через какие-то другие плоскости (телефон или почта, например).

У получателей информации о социальных услугах появились требования к повышению качества визуализации информации. Для получателя важно чтобы информация была наполнена рисунками, анимацией, графикой, схемами. Аудитория получателей информации меньше читает и смотрит картинки, с каждым днем все большее количество получателей информации смотрит видео, причем короткого хронометража.

Анализ начинается с момента, как получатель услуги находит нужный ему сайт (КЦСО) в интернете и переходит по ссылке на главную страницу. Главная страница - самый важный элемент сайта, является его лицом. Особенно значима для новых пользователей, которые еще не стали получателями социальных услуг, но имеют запрос на их приобретение. Даже если сайт имеет большое количество информации и разные форматы размещения ее в отдельных разделах, посетитель сайта больше всего будет взаимодействовать именно с основной страницей (главной).

Стоит отметить, что самый востребованный формат размещения информации — это текст. На каждом сайте можно увидеть наличие ссылок на другие тестовые ресурсы, и не только (например, ссылка на госуслуги). У каждого есть свой перечень ссылок (эти ссылки у каждого сайта свои, они почти не повторяются между другими). Текст, как преобладающий вид, используется во всех перечисленных КЦСО. Он является основным видом передачи информации. Но стоит отметить, что текст везде представлен в виде 5—6 предложений, это около 70 слов. В основе, это слова приветствия и информативные данные о том, где находится центр, кто его руководитель, какие есть на его платформе подразделения и так далее.

Иллюстративный формат является одним из распространённых форм размещения информация. У каждого сайта есть галерея, где размещаются фотографии с разных мероприятий. Помимо этого, у каждого КЦСО есть раздел под названием «Новости», где также распространяется информация в виде фото, есть различные афиши и плакаты. Инфографика присутствует почти у каждого сайта ее можно найти в разделах про здоровый образ жизни и коронавирус. Инфографика в этом случае выступает как наглядные рекомендации (например, что делать при диабете). Схемы и таблицы являются распространённым форматом передачи информации, но не используется везде, как и инфографика. Схемы чаще всего представлены в разделах, посвященных информации про структуру, составу кадров и информации про оказываемые услуги.

Заключение. Таким образом, анализ показал, что большинство сайтов имеет ссылки на социальные сети. Это связано с рядом преимуществ размещения, к которым можно отнести возможность анализа данных. В социальных сетях есть множество инструментов, с помощью которых можно отслеживать и анализировать метрики (количественные показатели: лайки, репосты). Благодаря этому можно оценить эффективность распространения информации, интерес получателей пользователей, возможность внесения правок. Поэтому социальные сети можно использовать, как инструмент для организаций социальной направленности.

Стоит также отметить, что многие медиапродукты, которые производят КЦСО, соответствуют современным требованиям, выдвинутым потенциальными, получателями услуг, или просто пользователями социальных сетей или сайтов. К таким требованиям относятся: повышение качества визуальной информации и желание пользователей получать информацию при просмотре видео, причем короткого хронометража. Но видео формат не является самым реализуемым, однако, он активно развивается. Возможности аудио формат не используются в исследованных КЦСО. С помощью аудио формата, например, подкастов, можно расширить не только кругозор слушателя, но и повысить значимость социальной работы в глазах получателя социальных услуг, что иногда может выступать в роли рекламы. Электронные информационно-коммуникативные технологии стали неотъемлемой частью образа жизни, играют значимую роль в его формировании, цифровые инструменты открыли новые формы удаленной работы и сотрудничества, сделали информацию более доступной, повысили значимость общения, оптимизировали процессы и сократили затраты.

Список цитируемой литературы

1. Евдокимов В. А. Новые медиа как система / В. А. Евдокимов // Наука о человеке: гуманитарные исследования. — 2019. — №. 2 (36). — С. 60-66.
2. Макаров, И. С. Основы здорового образа жизни / И. С. Макаров // Инновационные технологии, экономика и менеджмент в промышленности: сб. науч. стат. по итогам IV международной научной конференции. Том 1. Волгоград, 2021 — 2021. — С. 18—20.
3. Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации : Федеральный закон от 28.12.2013 N 442-ФЗ (последняя редакция) — Режим доступа : Режим доступа : https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156558/ — Дата доступа: 24.24.2024
4. Муниципальная статистика: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/efficiency/ — Дата доступа: 24.24.2024
5. О внесении изменений в государственную программу Архангельской области "Социальная поддержка граждан в Архангельской области" : постановление Правительства от 26 октября 2021 года № 597-пп — Режим доступа : https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156558/ — Дата доступа: 24.24.2024

УДК 330

Е. А. Порошкова

Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь

МИРОВОЙ ОПЫТ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Введение. В настоящее время наблюдается тенденция, когда знания и их производные становятся важнейшим фактором экономического развития, и данная тенденция очертила свою явную значимость со второй половины 20 века.

Можно отметить, что предшествующий данному этапу развития современной экономики знаний — этап развития экономики, когда развитие экономики зависело в большей степени от производства физических товаров, а именно от его количества, а не качества. То сравнивая современный этап, можно сделать акцент на том, что постиндустриальный тип экономики базируется в большей степени на сфере услуг и рабочие места.

Экономика знаний поддерживается инновациями, исследованиями, опытами и прогрессирующим технологическим прогрессом. Конкурентное преимущество бизнеса в новой модели экономики знаний зависит от способности быстро адаптироваться к постоянно меняющимся мировым тенденциям, способности внедрять инновационные продукты и знания в свои бизнес-процессы и системы.

Сам же термин «экономика знаний» используется для определения типа экономики, где экономический рост достигается благодаря применению и апробации знаний. Сами же знания играют решающую роль, а производство знаний становится источником роста. Такое понятие термина было популяризировано Питером Друкером в его книге *The Age of Discontinuity* (1968). В 12 главе данной книги была развернута тема «использование знаний для производства экономических благ». Сегодня экономика знаний находится только на начальном этапе своего становления как в региональном аспекте (одни из самых больших сдвигов наблюдаются в наиболее развитых странах), так и в плане изменений, которые происходят внутри данных стран.

К таким странам можно отнести: США, Южную Корею, Японию и страны западной Европы, но наблюдается тенденция стремления иных государств к построению экономики, основанной на имеющихся и передовых знаниях.

Основная часть. Первым этапом формирования экономики знаний на мировой арене можно считать вторую половину XX века (50—70 гг.). Данный этап ознаменован переходом к новому типу общества, а именно постиндустриальному типу, когда идет повсеместное и глубокое внедрение науки и научного сектора в производственный процесс. В данный период отмечалась активная автоматизация производственного процесса, создание новых технологий и технологических процессов, что привели к индивидуализации потребительского спроса и интенсивному развитию сферы услуг. Наука набирает значимость и постепенно занимает одну из лидирующих ролей и констант, влияющих на социально-экономический прогресс и уровень человеческого развития.

Второй этап распространения влияния знаний ознаменован (70—90 гг. XX столетия). На данном промежутке времени идет активное становление информационного общества, основной чертой которого является повсеместная компьютеризация производства, применение информационно-коммуникационных технологий. Роль и значение информации приобретает значимый вес. Информация выступает как связующее звено между различными сферами и отраслями экономики.

Следующий этап и ныне действующий захватывает период с середины 90-х гг. XX в. Данный этап определен, как этап перехода к постиндустриальному типу общества. Господство гипермедийной среды Internet, глобализация производства, использование электронной продукции, значимое влияние ИТ-технологий на все сферы общества.

Активизируется конкурентная борьба на международной арене, в больших масштабах проходит развитие информационных технологий, а также самих средств коммуникации с потребителем, все это обусловило переход к постиндустриальному развитию.