

Паньшин Борис Николаевич

профессор

Белорусский государственный университет

г. Минск, Республика Беларусь

К ПРОЕКТУ РАЗВИТИЯ УЧЕБНОГО КУРСА ПО ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЕ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Аннотация: в статье предлагаются подходы к развитию учебного курса по цифровой культуре для студентов экономических специальностей, учитывающие особенности цифровой экономики и новые возможности по повышению эффективности применения информационных систем и формирования информационных ресурсов.

Отмечена ведущая роль общей и цифровой культуры в цифровой трансформации предприятий, формирования цифровой экономики и в построении гармоничного информационного общества в целом.

Ключевые слова: учебный курс по цифровой культуре, цифровая культура предприятия, цифровая экономика, цифровая трансформация, информационное общество.

Введение

В настоящее время проблемы цифровой трансформации обсуждаются, как правило, с позиций формирования цифровой экономики и ее эффектов и в значительно меньшей мере рассматриваются вопросы влияния цифровизации на специфику бизнес-отношений и на отношения в обществе в целом, так как возникла новая среда обитания.

Вместе с тем, чем больше общество начинает зависеть от информационных и цифровых технологий, тем больше возрастают риски потерь эффективности от использования информационных и цифровых технологий и риски информационной уязвимости от искажения или некорректного использования данных при выработке и принятии управленческих решений.

Феномен актуальности цифровой культуры явился откликом на острые проблемы развития сетевого взаимодействия (взаимовлияние технологий и культуры, экономически и социально неоправданный рост трафика, избыточные объемы данных), а также киберпреступности, сетевого мошенничества, фейков, недобросовестного использования цифровых технологий в социальной инженерии и много другого, включая порнографию, троллинг, фейки, боты, провокации в Сети и т. д.

Как результат осознания возрастающей значимости культуры в экономике и обществе в учебные программы экономических специальностей многих вузов введены курсы по культуре информационного общества, ряд аспектов информационной культуры затрагиваются в смежных курсах по менеджменту и экономической информатике, издаются специализированные издания, в частности, журнал «Цифровая культура». Хорошим примером является университет Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики (ИТМО), в котором учебный блок «Цифровая культура» является важнейшей частью современной концепции развития Университета [1].

Цифровая культура в глобальном масштабе и на локальном уровне обозначает ориентиры, подходы, методы и технологии эффективного развития общества, экономики и личности и потому требует тщательного и всестороннего внимания и изучения в самых различных аспектах [2]. В экономике (как системе отношений между людьми) это учет нелинейности развития социально-экономических систем, значимость уровня доверия в обществе, поведенческие аспекты. Поэтому, актуален и важен поиск закономерностей и зависимостей влияния уровня цифровой культуры на эффективность цифровой трансформации и научное обоснование мероприятий по повышению уровня цифровой культуры [3].

Одновременно рост применения интегрированных цифровых платформ, требует активной адаптации и формирования высокоэффективной корпоративной культуры на макро-, микроуровне и уровне домашних хозяйств для реали-

зации способностей людей и предприятий совместно использовать информацию и технологии для взаимодействия и совместного производства [4].

Рассмотрение проблем цифровой культуры для студентов экономических специальностей требует учета специфики оценки влияния культуры в экономическом анализе и организационном управлении. Так как, формирование основ информационной культуры (цифровой) актуально в связи с обозначившимся трендом на усиление влияния общей и информационной культуры на сокращение издержек в производстве, в проектировании и применении информационных систем, в оценке эффектов цифровой трансформации бизнес-процессов и определении направлений интеллектуализации информационных и цифровых систем.

Особенности курса по информационной (цифровой) культуре для экономических специальностей. В первую очередь, следует отметить, что для достижения экономических и социальных эффектов от информатизации и цифровизации, требуется понимать и умение применять фундаментальные законы организации сообществ и поведения человека в сети, обусловленные уровнем культуры их участников, а также формирования информационной инфраструктуры и информационных сервисов в соответствии с законами естественной гармонии и нравственности и объективной необходимости соблюдения этических и эстетических норм межличностного и корпоративного взаимодействия посредством информационных сетей.

Наибольшую остроту эти проблемы приобретают в сфере программирования, создания контента сайтов и интерфейса сервисов, эргономического анализа эффективности работы сайтов и рекламы в социальных сетях, оценки экономических эффектов от формирования правил поведения и взаимодействия экономических агентов в информационном обществе и в формируемой цифровой среде. В связи с этим, требуется постоянная адаптация учебных курсов по информационной (цифровой) культуре к изменениям в сфере информационных технологий, а для экономических специальностей конкретизации содержания курсов к вызовам и требованиям формирующейся цифровой экономики с уче-

том ее возрастающей сложности, динамичности и нелинейности развития, то есть требуются более продвинутые учебные курсы по цифровой культуре.

О понятии информационной (цифровой культуры). В широком смысле, применительно к современной экономике, основанной на потоках данных, термин «информационная культура» (цифровая культура) можно трактовать как комплекс теоретических знаний, практических умений, определенного стиля мышления и поведения (личностного и корпоративного), обеспечивающих в совокупности адаптацию к техническим новшествам и эффективное применение методов, инструментов и технологий формирования информационных ресурсов, обработки и представления информации для принятия управленческих решений и создания эффективных бизнес-процессов [2; 5].

В более узком смысле термин «информационная культура» (цифровая культура) понимается как набор умений и навыков обращения со знаками, данными, информацией посредством применения современных технологий, как для удовлетворения собственных потребностей, так и для представления информации и технологий заинтересованному потребителю или сообществу при соблюдении правил обеспечения информационной безопасности и информационной этики.

Особое место в составе понятия «информационная культура личности» (цифровая культура) занимает информационное мировоззрение [4]. Соответственно, феномен информационной культуры (цифровой культуры) обусловлен как необходимостью адаптации индивида к влиянию информационной среды, так и его саморазвитием в ходе роста применения информационных технологий и технических средств (рис. 1).

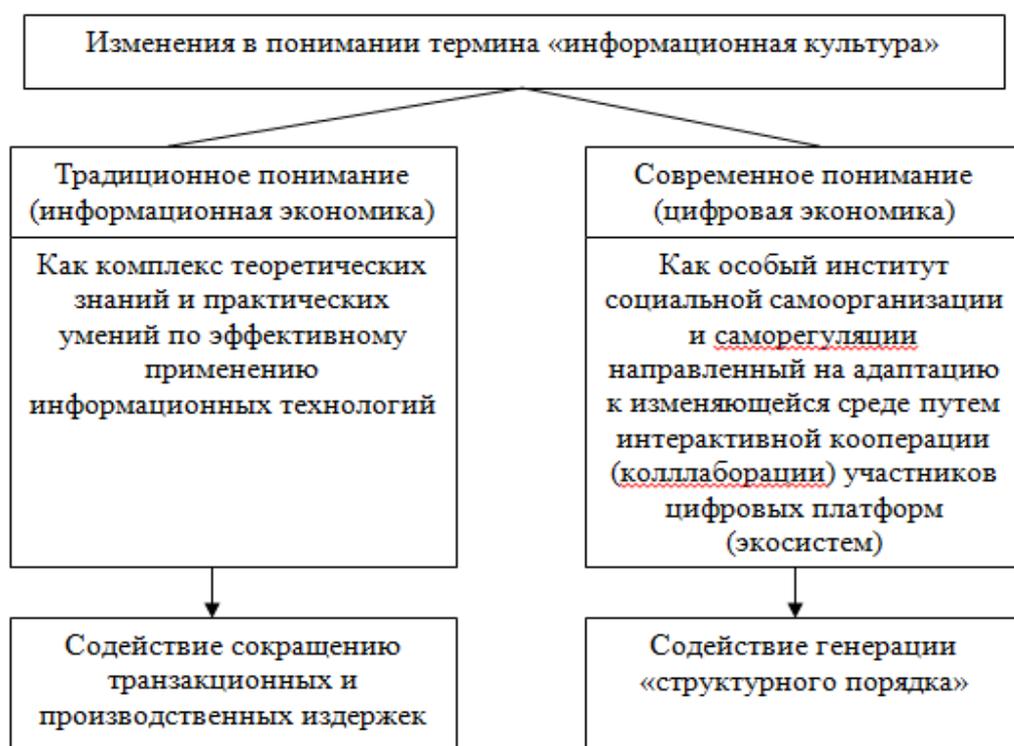


Рис. 1. Изменения в приоритетах понимания термина «информационная культура» (цифровая культура)

Применительно к информационной сфере можно сказать, что информационная (цифровая) культура – это лучшие данные и процессы, упорядоченные и представленные самым лучшим образом для анализа, восприятия и применения человеком, т. е. превращенные в полезный ресурс в соответствии с моралью, этикой и законами естественной гармонии информационной (цифровой) среды.

К проекту структуры учебного курса. Исходя из вышеизложенного, в структуре учебного курса по цифровой культуре предприятия целесообразно выделить следующие основные блоки и темы для изучения:

Блок 1. Введение: актуальность, цель, назначение и структура курса.

1. Рассмотрение понятий: цифровое мышление, аналоговая и цифровая культура.
2. Этапы развития цифровой культуры.
3. Суть цифровизации и цифровой трансформации.
4. Цифровая экономика: суть и факторы эффективности.

5. Анализ понятия цифровой культуры в контексте цифровой экономики: на мега-, макро-, микроуровне и уровне домашних хозяйств.

6. Причины для внедрения цифровой культуры во время цифровой трансформации.

7. Составляющие высокопроизводительной цифровой культуры (приверженность и следование сотрудников цели, смыслам и ценностям организации; их содействие продвижению стратегии предприятия; формирование среды для стимулирования и повышения эффективности взаимодействия сотрудников).

8. Ключевые элементы, определяющие цифровую культуру предприятия (внешняя ориентация – фокус на клиента, сочетание инструкций с следованием руководящим принципам, большая самостоятельность и небоязнь рисков, акцент на действиях, а не на планировании, прозрачность и синергетика коллективного взаимодействия, поощрение широты мышления сотрудников).

9. Анализ различий подходов, методов и используемых инструментов цифровой культуры для различных стран, отраслей и типов предприятий и организаций (промышленность, сельское хозяйство, социальная сфера: образование, медицина, ЖКХ, сфера услуг).

10. Действия менеджмента и персонала предприятия (организации) для построения эффективной цифровой культуры.

11. Организационные, технологические и психологические аспекты цифровой культуры.

12. Институциональная инфраструктура.

13. Оценка эффективности мероприятий по формированию цифровой культуры.

Блок 2. Цифровая культура в управлении предприятиями.

1. Причины для рассмотрения цифровой культуры как составляющей стратегии развития предприятия (цифровая культура как составляющая корпоративной культуры).

2. Составляющие высокопроизводительной цифровой культуры (приверженность и следование сотрудников цели, смыслам и ценностям организации; их содействие продвижению стратегии предприятия; формирование среды для стимулирования и повышения эффективности взаимодействия сотрудников).

3. Ключевые элементы, определяющие цифровую культуру предприятия (внешняя ориентация – фокус на клиента, сочетание инструкций с следованием руководящим принципам, большая самостоятельность и не боязнь рисков, акцент на действиях, а не на планировании, прозрачность и синергетика коллективного взаимодействия, поощрение широты мышления сотрудников).

4. Действия менеджмента и персонала предприятия для построения эффективной цифровой культуры.

5. Организационные, технологические и психологические аспекты цифровой культуры.

6. Институциональная инфраструктура цифровой культуры в банковской сфере.

7. Оценка эффективности мероприятий по формированию цифровой культуры.

Блок 3. Культура применения информационных и цифровых технологий в управлении и производстве.

1. Технология блокчейн для смарт-контрактов.

2. Особенности применения коробочных решений и индивидуальной разработки приложений (преимущества и слабые стороны с точки зрения культуры как фактора эффективности адаптации инструментов к деятельности предприятия).

3. Технологии искусственного интеллекта на основе нейросетей и больших данных (big data, data science).

4. Формирование цифровых двойников предприятий (интернет вещей).

Блок 4. Государственное управление в сфере цифровой культуры и лучшие практики.

1. Инновационная культура организации. Управление изменениями, преодоление сопротивления, сложности и ограничения перехода к цифровой организации.

2. Лучшие практики (примеры) внедрения цифровых технологий, реализации проектов в сфере цифровизации.

3. Государственное регулирование (государственная поддержка) цифровизации в России и в других развитых странах.

Заключение

Общей теории информационной культуры пока не создано, но есть ряд исследований, на основе которых можно предполагать ключевые направления формирования теории и практических методик развития цифровой культуры как самостоятельного научного направления и как предмет для углубленного изучения экономистами и менеджерами с учетом нелинейности развития, динамичности и сложности цифровой экономики.

Информационная культура (цифровая культура) является ключевым фактором доверия и устойчивого развития современной экономики. Повышение уровня информационной (цифровой) культуры способствует более глубокому пониманию закономерностей социальных взаимодействий в информационном обществе, а также росту эффективности применения схем систематизации, обработки и визуализации данных в экономических и социальных процессах.

Список литературы

1. Модуль Цифровая культура в бакалавриате [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://student.itmo.ru/ru/digital_culture_bach (дата обращения: 09.11.2020).

2. Соколова Н.Л. Цифровая культура или культура в цифровую эпоху? // Международный журнал исследований культуры. – 2012. – №3 (8). – С. 6–10 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.culturalresearch.ru> (дата обращения: 08.11.2020).

3. Елькина Е.Е. Цифровая культура: понятие, модели и практики Университет ИТМО, 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://openbooks.itmo.ru/ru/file/8471/8471.pdf> (дата обращения: 09.11.2020).

4. Галкин Д.В. Digital Culture: методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-биотварей // Международный журнал исследований культуры. – 2012. – №3 (8). – С. 11–16 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [//www.culturalresearch.ru](http://www.culturalresearch.ru) (дата обращения: 08.11.2020).

5. Гир Ч. Цифровая контркультура / пер. с англ. Д. В. Галкина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://docplayer.ru/29837976-Cifrovaya-kontrkultura-charli-gir-perevod-d-galkina.html#show_full_text (дата обращения: 08.11.2020).