

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт экономики и менеджмента

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: ЧЕЛОВЕК И СОЦИУМ (ИТЭ-ЧС 2021)

**Материалы
VII Международной научной конференции**

Томск, 21–23 октября 2021 г.

Ответственный редактор М.В. Чиков

Томск
Издательство Томского государственного университета
2021

ром и пульсомером не вызывают интереса и считаются лишними. Однако поддержка раздачи указанных приборов социальными службами была единогласной. Система «умный дом» финансово недоступна, но респонденты младшей возрастной группы считают ее перспективной для безопасного проживания пожилого населения.

Наличие и использование элементов пятого технологического уклада не синонимично и не взаимосвязанно. Например, у большинства опрошенных в обеих группах есть дебетовые карты, но ими не пользуются, предпочитая наличные деньги в расчетах по причине недоверия электронной системе платежей. Такая ситуация характерна для большинства новшеств. С другой стороны, о неоднородности вовлеченности свидетельствует популярность мобильных приложений банков.

Гаджеты используют в основном для общения в мессенджерах, ограниченно – для работы, что связано со снижением занятости в более старшей возрастной группе. Пожилое население продолжает самообучение с помощью гаджетов, в которых пользуется бесплатным контентом, поисковиками и видеохостингами.

Различные сервисы по предоставлению услуг (интернет-магазины, электронная запись к врачу, отслеживание маршрутного автобуса, каршеринг, кассы самообслуживания) знакомы пожилому населению, но в обеих исследуемых возрастных группах ими пользуются единицы из-за отсутствия потребностей и сложности контента.

По итогам проведенного исследования можно сделать вывод, что у пожилого населения г. Томска сформированные рутины пятого технологического уклада – скорее исключение из правила, чем норма. На основе пилотного исследования можно сформировать гипотезу о низкой включенности пожилого населения г. Томска в региональное технологическое пространство.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ВАОН № 21-510-92007 «Влияние регионального технологического пространства на качество жизни пожилого населения».

Литература

1. Глазьев С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. М. : ВлаДар, 1993.

УДК 330

DOI: 10.17223/978-5-907442-40-5-2021-116

М.В. Рыжкова, М.В. Чиков, Е.А. Блаженкова-Траутман
*Национальный исследовательский Томский государственный университет,
Томское отделение СГУ Банка России*

ЭКОНОМИКА МАЛЫШЕЙ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Ключевые слова: дети дошкольного возраста, цифровая безопасность, интернет

Интернет-коммуникации и цифровая реальность занимают все большую долю времени и приобретают все возрастающую значимость в нашей жизни и социальном успехе. Образы будущего возможно ухватить путем анализа складывающихся образцов поведения подрастающего поколения.

Проектируемое исследование имеет целью понять влияние

Объектом исследования являются дети дошкольного возраста.

Метод исследования – слабоструктурированное интервью родителей детей в возрасте 3–7 лет, ограниченно и с согласия родителей – дети в возрасте 3–7 лет.

В настоящее время используют Интернет (под контролем или без контроля родителей) дети на гаджетах (смартфонах, планшетах и телевизорах), которые не предполагают наличие навыка чтения и письма. При необходимости набор может быть осуществлен голосовым способом. Интернет-флотинг в видеохостингах настолько упрощен, а интерфейс настолько стал понятен, что позволяет уже к 3 годам ребенку самостоятельно устанавливать программы и игры, искать видео из предложенного к просмотру контента, осуществлять покупки (в случае привязки карты родителей к интернет-магазину).

Возможны две крайние позиции родителей:

1. Полный запрет просмотра интернет-контента. Это чревато выпадением ребенка из контекста общения со сверстниками и серьезным проблемам социализации для ребенка.

2. Полное дозволение смотреть и осуществлять все доступные для детей действия. Это также влечет ряд проблем прежде всего цифровой безопасности.

Экономические аспекты поведения малышей в Интернете:

1. Влияние на целенаправленное покупательское поведение. У детей, бесконтрольно отслеживающих модные тренды детских каналов видеохостингов, нет возможности сформировать запрос для родителей на покупку игрушек, поскольку тренды сменяют друг друга слишком быстро. В случае, если родители начинают цензурировать контент и отфильтровывать потребности, количество мультяшных проектов сокращается. Ребенок в состоянии сформировать запрос на товары, связанные с любимыми героями и в раннем возрасте (до 4 лет) реализует его через родителей, чья потребительская модель модифицирует проявление потребностей ребенка. С другой стороны, интересы ребенка могут влиять на потребительскую модель родителя. Зная об увлечениях ребенка и зная его любимых героев, взрослый становится более лояльным к ним даже в тех случаях, когда родитель совершает свой собственный потребительский выбор. По мере появления у ребенка собственной детской банковской карты, привязанной к карте родителей, контроль за расходами ослабевает.

2. Смена характера потребляемых товаров. Во-первых, просьбы о покупке игрушек детьми не всегда преследуют цель приобретения в собственность и последующую игру. Чаще это желание удовлетворить свое любопытство и заглянуть внутрь упаковки. Снятию этой потребности способствуют так называемые «распаковки» (видео, содержащее распаковку новой игрушки, объяснение ее функционала и игру с ней), что модифицирует характер потребления в сторону шеринговых схем. Дети к старшему дошкольному возрасту переключаются с физических игрушек на игрушки-гаджеты, тратя принадлежащие им денежные средства на онлайн-покупки в игре (прокачка героев, донаты в размере лимита). При этом наличные деньги складываются в копилку скорее из собирательства, а не накопления.

3. Приверженность фриимиум-схемам. Так как малыши не соизмеряют масштаб цен, деньги для них не имеют собственной ценности, копить они не умеют, то среди виртуальных сервисов они выбирают фриимиум-услуги. При этом рассчитаться неденежными способами они готовы: лайки, подписки, оповещения, просмотр рекламы.

4. Самообразование и бессистемность знаний. Полученные при интернет-флотинге знания позволяют ребенку самообразовываться. Не стоит думать, что ребенок смотрит только «тупые мультики». Среди просмотров есть и кулинария, и жизнь насекомых, и оружие Средневековья. Однако нередко ролики не досматривают, переключаясь по ленте подборок на другие видео. От блоггеров дети получают много ложных знаний, отделить ложь от истины они не в состоянии, кроме родителей некому расставить акценты в полученной информации. По-хорошему, родителям нужно обсуждать идеи, почерпнутые детьми из интернета и фильтровать источники. Существующий на настоящий момент родительский контроль слишком топорный.

5. Автоматические покупки в Интернете. Малыши не обладают возможностями к соизмерению цены покупаемого товара с бюджетом, поэтому выбор происходит путем «научного тыка» – если лимит привязанной карты родителей позволяет осуществить покупку, покупка будет сделана. Иногда в процессе покупки обнаруживаются баги, что ведет к тысячным слу-

чайным покупкам, сделанным детьми, отменить которые родителям чаще всего не удастся. Часто это происходит во время онлайн-игр.

Во что выльется такое начало включения наших детей в новую экономическую жизнь, родители пока не знают. Но при загруженности родителей в условиях цифровой реальности времени и сил на слом глобальных трендов просто нет.

УДК 331, УДК 378

DOI: 10.17223/978-5-907442-40-5-2021-117

И.В. Рязанцева

*Новосибирский государственный университет
архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова*

ВЛИЯНИЕ КРЕАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ КАЧЕСТВЕННЫХ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

Ключевые слова: цифровизация, креативные технологии, творчество, образование, подготовка специалистов

В современных реалиях существует явный запрос на формирование нового типа профессиональной личности, способной превратить идею в инновацию. Сегодня креативность и творческие способности становятся ключевым фактором успешности выпускника любого творческого вуза. Творческие способности важны в связи с ростом сложности задач, которые должны выполнять работники, поэтому не случайно их относят к обязательным навыкам работников будущего [1].

Под креативностью понимают уровень творческой одаренности, способности к творчеству, составляющий относительно устойчивую характеристику личности [2]. Поэтому изучение и использование креативных технологий, как инструмента, позволяющего активизировать творческую направленность мыслительного процесса, приобретает особую актуальность.

Использование креативных технологий и творческого потенциала в дизайне, применение этих концепций в процессе проектирования и создания дизайнерского продукта, возможности синтеза творчества и креативности – вот основные вопросы, которые необходимо учитывать в процессе подготовки специалистов – дизайнеров.

Возможности использования креативных технологий в образовании лучше всего раскрываются в междисциплинарном исследовании и взаимодействии. И сегодня Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова (далее – НГУАДИ), как университет, ведущий подготовку высококвалифицированных специалистов для целого спектра направлений креативной индустрии предлагает широкие академические возможности в междисциплинарной творческой среде, способствует развитию креативного потенциала и генерации междисциплинарных инновационных идей.

Сегодня дизайн является наукоемким направлением создания виртуальных и физических форм. Наши образовательные программы ориентированы на подготовку специалистов для различных сфер креативной индустрии. Мы готовим дизайнеров в сфере:

- разработки объектов полиграфии, игровой и анимационной индустрии;
- разработки интерьеров, мебели и оборудования;
- проектирования и применения моушн-дизайна в различных областях;
- индустрии моды и аксессуаров;
- моделирования, прототипирования и создания ювелирных изделий;
- архитектуры и дизайна для проектирования жилых и общественных зданий, разработок интерьеров и ландшафтного дизайна.