

УДК 338.4

СОВРЕМЕННЫЙ СЕРВИС В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

MODERN SERVICE IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Орлова Вера Вениаминовна, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой философии и социологии Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники, Россия, 634050, г. Томск, пр. Ленина, 40; vera.v.orlova@tusur.ru

Хитрук Екатерина Борисовна доктор философских наук, профессор, кафедра онтологии, теории познания и социальной философии Томского государственного университета, Россия, 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36.

Нечушкина Юлия, студентка Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники, Россия, 634050, г. Томск, пр. Ленина, 40; vera.v.orlova@tusur.ru

Vera V. Orlova, Dr. Sc., Professor, Head of the Philosophy and Sociology Department, Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics, 40, Lenin avenue, Tomsk, 634050, Russian Federation; vera.v.orlova@tusur.ru

Khitruk Ekaterina Borisovna Doctor of Philosophy, Professor, Department of Ontology, Theory of Knowledge and Social Philosophy, Tomsk State University, Russia, Lenin avenue 36, 634050,

Nechushkina Yulia , Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics, 40, Lenin avenue, Tomsk, 634050, Russian Federation; vera.v.orlova@tusur.ru

Аннотация: Обсуждение вопросов о цифровизации гуманитарных наук может идти на различных уровнях. Если рассматривать цифровую трансформацию научной коммуникации на уровне научных учреждений, то этот феномен не является специфичным для гуманитарных наук. На сегодняшний день актуальны вопросы, касающиеся особенностей реализации государственной молодежной политики в различных субъектах Российской Федерации, которые являются предметом пристального внимания в контексте осуществления внутренней политики субъектов. Указанные факторы обусловлены не только социально-экономическим своеобразием субъектов, но и особенностями демографического и культурного облика населения. В настоящее время наблюдается тенденция к развитию сервисных платформ, креативных индустрий, которые способствуют оживлению экономики в регионах мира. Сервисы, креативные индустрии создают творческие продукты в области программного обеспечения, компьютерных игр, кино, моды, дизайна, ювелирного дела и образования и в основном являются частными предприятиями. Стремительный рост креативных индустрий в современном обществе обуславливает необходимость изучения вопросов об их сущности, специфике и функциях.

Ключевые слова: сервис, цифровой сервис, цифровая гуманитаристика, цифровая философия, цифровизация

Abstract: Discussion of issues on digitalization of the humanities can take place at various levels. If we consider the digital transformation of scientific communication at the level of scientific institutions, this phenomenon is not specific to the humanities. Today, issues related to the specifics of the implementation of state youth policy in various constituent entities of the Russian Federation are relevant, which are the subject of close attention in the context of the implementation of the internal policy of the subjects. These factors are due not only to the socio-economic uniqueness of the subjects, but also to the peculiarities of the demographic and cultural appearance of the population. Currently, there is a tendency towards the development of service platforms, creative industries that contribute to the revival of the economy in the regions of the world. Services, creative industries create creative products in the field of software, computer games, cinema, fashion, design, jewelry and education and are mainly private enterprises. The rapid growth of creative industries in modern society necessitates studying issues of their essence, specificity and functions.

Key words: service, digital service, digital humanities, digital philosophy, digitalization

Человечество находится в процессе глобальных перемен, на этот раз в эпоху цифровизации. Конечно, каждое поколение может назвать свою эпоху великих перемен или потрясений. В современном мире, где главную роль играет формирующаяся цифровая культура, под влиянием информационно-коммуникационных технологий трансформируются все сферы социального бытия и социальной практики, а также многие области знаний.

На концептуальном уровне можно говорить о возникновении множества концептов, различным образом вписывающих цифровые технологии в уже имеющиеся концепты, - так появились такие понятия, как «цифровое общество», «цифровая экономика» (Schevchenko, Junis, 2020), «цифровое тело» (Oreh, Sergeeva, 2015), «цифровое гражданство» (Brodovskaja, 2019), «цифровое неравенство» и «киберскептицизм» (Asochakov, 2015) - список подобных концептов огромен. На методологическом уровне речь заходит о внедрении цифровых методов исследования - оцифровки, больших данных, нейросетей и т.п., и трансформации соответствующих областей научного познания под их влиянием. На метатеоретическом уровне происходит

переосмысление статуса, целей и предназначения различных научных дисциплин, их соотношений и перспектив.

Сервисы, ориентированные на оптимизацию социальных, экономических и политических взаимоотношений, должны учитывать эти аспекты цифровизации. Это включает в себя разработку прозрачных правил использования данных, защиту личной информации пользователей, а также создание инструментов для борьбы с дезинформацией и цифровым неравенством. Только такие сервисы смогут эффективно служить интересам общества и способствовать его развитию в условиях цифровой трансформации.

Простое использование цифровых технологий в гуманитарных науках, в первую очередь в философии, вызывает сложности не только методологического и методического характера, но и неясности в самом определении области применения.

Исследователь Е. Елькина (2020) подчеркивает, что «Технологическая гонка, знаменующая переход ведущих экономических держав в шестой технологический уклад, породила большой поток терминов, в которых «дигиталь-ность» рассматривается как маркер изменений предметных областей, где эти технологии используются («цифровая экономика», «цифровая революция», «цифровая культура», «цифровая цивилизация», «философия цифрового мира», «цифровая реальность», «цифровое государство», «цифровой человек»))» [1].

В цифровом обществе все виды жизнедеятельности связаны с мультимедиа и информационными технологиями. Информационные технологии являются источником ее возникновения и могут быстро и широко продвигать или разрушать любую идею (это имеет как положительные, так и отрицательные последствия).

На текущий момент проблематика Digital Humanities, «цифровой философии» / «Digital Philosophy» и «цифрового человека» / «Homo Digital» наиболее изучены и классифицированы в ведущих университетах США, Канады, Австралии, Голландии, Великобритании и др. [2, с. 78].

Сервис в современном обществе понимается как набор взаимосвязанных и многофункциональных процессов, которые сопряжены с предоставлением услуг. Полученные услуги удовлетворяют общие и индивидуальные нужды людей в современном обществе, а также являются мощнейшим фактором реализации человеческих потребностей на любом уровне. В сфере услуг труд не выражается в вещах, однако сервисная деятельность играет определенную роль в материальном жизнеобеспечении людей и реализации их социокультурных и духовных потребностей.

С. Тихонова и С. Фролова (2019), как сторонники цифровой антропологии (изучает особенности существования человека в мире, созданном цифровыми, компьютерными технологиями, сетевыми средами, а также последствия влияния виртуальных и технических новаций на человека, исследует его медиазависимость), обращают внимание «на особенность в сформированной цифровыми технологиями среде - с одной стороны, ее искусственностью, с другой - невозможностью отказа от использования «цифры», «цифрового сервиса» в современных условиях бытия.

Под сервисной деятельностью понимается работа по предоставлению услуг, то есть по удовлетворению чьих-либо потребностей. При этом сервис может также пониматься как вид предпринимательской деятельности по предоставлению и продаже различных услуг, которые могут сопровождаться дополнительными материальными товарами. Сервисная деятельность реализуется в рамках специальных структур, которые являются субъектами обслуживания. Этими субъектами выступают сервисные организации, например, такие как специализированные фирмы, организации и учреждения

по предоставлению услуг или же конкретные частные предприниматели, работающие в данной сфере.

Исторически сложилось так, что сервис принято разделять на два вида, такие как предпродажный и послепродажный. Предпродажный сервис занимается вопросами подготовки того или иного товара, или же услуги к продаже. К этим вопросам могут относиться: устранение каких-либо неисправностей товара, подготовка оборудования или помещения, где оказывают услуги клиентам (например, салон красоты или стоматологический кабинет), а также все виды взаимоотношений между тем, кто оказывает услугу/продает товар и тем, кто собирается ей воспользоваться/купить. Послепродажный сервис занимается вопросами уже купленного товара, то есть данный сервис предоставляет услуги с момента покупки товара до истечения срока службы этого же товара. Часто послепродажный сервис разделяют на две категории: гарантийный и послегарантийный периоды. Гарантийный период предполагает возможность исправления каких-либо ошибок или поломок товара в установленный срок (гарантийный период может отличаться в связи с разными категориями товаров) или же возмещения денежных средств за причиненные неудобства. Гарантийный период не требует оплаты за какое-либо действие, указанное в гарантийном талоне, но чаще всего продавцы включают в стоимость товара/услуги фиксированный процент или же полную стоимость возможной гарантии, которые в случае необходимости пойдут в счет гарантии для покупателя/клиента. Послегарантийный период же является полностью оплачиваемым. Оплачивается он уже со стороны покупателя/клиента, если произошла какая-то непредвиденная ситуация, которая требует денежных затрат. Данный период распространяется с момента окончания гарантии до предполагаемого срока эксплуатации товара [4].

В современном мире существуют множество различных платформ, которые предлагают предоставлять услуги для удовлетворения человеческих потребностей. Например, сервисы доставки еды, которые позволяют заказывать еду из любимых мест, не выходя из дома. Есть также платформы для онлайн-покупок, также позволяющие делать покупки в различных продуктовых магазинах либо же магазинах одежды, или чтения книг, различные сервисы психологической помощи и медицинских консультаций. Существуют также финансовые сервисы, использование которых позволяет не посещать отделения банка или же обучаться финансовым основам инвестирования, и сервисы для поиска работы, позволяющие составить резюме онлайн и найти подходящую должность. Эти и еще множество современных сервисов и платформ развиваются с каждым днем на просторе сети Интернет и позволяют нам улучшить свою жизнь в лучшую сторону, ведь данные сервисы позволяют их пользователям сэкономить время на выполнение различных действий и направить его на что-то более важное, например, на свою семью, общение с друзьями или саморазвитие.

Литература

- 1.Интеллектуальные системы в гуманитарной сфере и цифровая философия / А.В. Макулин // Вестник Северного (Арктического) Федерального университета. Серия: гуманитарные и социальные науки. 2016. №2. С. 76-86. DOI: 10.17238/issn2227-6564.2016.2.76
- 2.Индикаторы цифровой экономики: 2018 : статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишнеvский, Г. Л. Волкова, Л. М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - М.: НИУ ВШЭ, 2018. - 268 с.
- 3.Цифровая идентичность как новый вид идентичности человека информационной эпохи / Л.Н. Соловьева // Общество: философия, история, культура. 2018. №12(56). С. 40-43. DOI 10.24158/fik.2018.12.6
- 4.Орлова В.В., Грязнова А.В., Менгардт Е.Р. Потенциал креативного пространства в образовательной среде // Векторы благополучия: экономика и социум. – 2024. – Т. 52. – № 3. – С. 62–76. DOI: 10.18799/26584956/2024/3/1827

Literature

1. Intelligent systems in the humanitarian sphere and digital philosophy / A.V. Makulin // Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Series: humanitarian and social sciences. 2016. No. 2. P. 76-86. DOI: 10.17238/issn2227-6564.2016.2.76
2. Digital economy indicators: 2018: statistical digest / G.I. Abdrakhmanova, K.O. Vishnevsky, G.L. Volkova, L.M. Gokhberg et al.; Nat. research. University "Higher School of Economics". - Moscow: National Research University Higher School of Economics, 2018. - 268 p.
3. Digital identity as a new type of identity of a person in the information age / L.N. Solovieva // Society: philosophy, history, culture. 2018. No. 12(56). P. 40-43. DOI 10.24158/fik.2018.12.6
4. Orlova V.V., Gryaznova A.V., Mengardt E.R. Potential of creative space in the educational environment // Vectors of well-being: economy and society. - 2024. - Vol. 52. - No. 3. - P. 62-76. DOI: 10.18799/26584956/2024/3/1827